

Area Wasserwelten

Workshop
19. Juni 2024
9.15 – 12.15 Uhr
in Täsch



1. Begrüssung, Agenda und Ziel des Workshops

Agenda – Workshop «Wasserwelten», 19. Juni 2024

1. Begrüssung (5min, Dario Perren)
 2. Intro Gesamtprojekt (15min, Nicole Diermeier)
 3. Fokus Thema Wasserwelten: Ausgangslage & Analyse (10min, Lisa Fickel)
 4. Vorstellung der Teilnehmenden (30min, alle)
 1. Was sind meine persönlichen Erwartungen an die Entwicklung des inneren Mattertals bzgl. „Aktivitäten-Erlebniswelt“?
 2. Was sind meine Erwartungen & Bedürfnisse an die Entwicklung der Area «Wasserwelten»?
 5. Vertiefung Ideenpool (65min, Christian Billau)
 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)
6. Verdichtung der Ideen zu Aktivitäten & Projekte (35min, Christian Billau)
 7. Abschluss und next steps (5min, Nicole Diermeier)
 8. Apéro

Ziel des Meetings



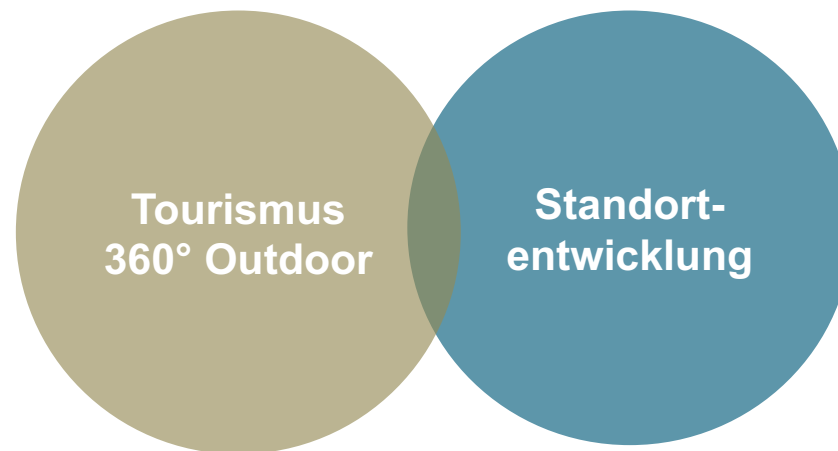
**Evaluation von Aktivitäten & Projekten in der
Wasserwelten Area als Basis für die
Ausarbeitung des Masterplans und die
Machbarkeitsabklärung/Realisierung**

2. Gesamtprojekt «Initiative Mattertal.Aktiv»

**Vision.
Mission.
Strategische Leitsätze der Initiative.**

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.

Strategische Leitsätze

Mattertal.Aktiv

www.360outdoor-mattertal.ch

1. Wir vermitteln Zukunftsperspektiven.

Wir inspirieren und ermutigen Menschen und Gruppen im Mattertal dazu, mit eigenständigen Initiativen einen Beitrag an die Lebens- und Erlebnisqualität am Matterhorn zu leisten – auf Augenhöhe und in stimmiger Ergänzung mit dem bereits bestehenden, hochwertigen touristischen Angebot.

2. Wir bereichern das Angebots-Portfolio.

Mit Outdoor-Aktivitäten, Indoor-Erlebnissen und einzigartigen Beherbergungsformaten leisten wir einen Beitrag an die Erweiterung der Gästegruppen am Matterhorn.

3. Wir verlängern die durchschnittliche Aufenthaltsdauer.

Mit einem dezidierten Generationen-Fokus, ganzjährig wirksamen sowie ausgewogenen Schön- und Schlechtwetter Angeboten leisten wir einen Beitrag an die Erlebnisvielfalt - und somit auch an zusätzliche Nächtigungen im Mattertal.

4. Wir betrachten unser Wirken ganzheitlich.

Indem wir brachliegende Synergiepotenziale erschliessen und wo immer möglich, bestehende Ressourcen miteinbeziehen, optimieren und in Wert setzen, ermöglichen wir Win-Win Situationen - für alle Bewohner, Betriebe und Besucher.

5. Wir handeln fair und verantwortungsbewusst.

Wir pflegen einen umsichtigen und nachhaltigen Umgang mit den Ressourcen vor Ort. Lokale Befindlichkeiten und touristische Begehrlichkeiten bringen wir dabei in einen einvernehmlichen Einklang.

Strategische Leitsätze

Mattertal.Aktiv

www.360outdoor-mattertal.ch

6. Wir sind authentisch.

Unsere Initiativen entstehen aus der Basis der Bevölkerung, der Touristiker und Gewerbetreibenden und werden mit einer integrativen und partizipativen Herangehensweise umgesetzt. Diese breite Verankerung vor Ort stärkt die Glaubwürdigkeit unseres Tuns.

7. Wir sind transparent.

Wir kommunizieren proaktiv, Adressatengerecht sowie Institutions- und Gemeindeübergreifend. Wir schaffen damit optimale Voraussetzungen für eine schlüssige, einvernehmliche und zielorientierte Entwicklungsarbeit.

8. Wir gestalten methodisch.

Fragen der Erlebnisdramaturgie, der Raum- und Flächenstrukturierung sowie der Nutzer- und Mobilitätsflüsse gehen wir systematisch an und schaffen dadurch nachhaltige Wertschöpfungsketten.

9. Wir initiieren wirtschaftlich tragfähige Resultate.

Der dazu notwendige, investive wie betriebliche Ressourcenbedarf wird mit dem daraus erwartbaren bzw. entstehenden Mehrwert stets gewissenhaft abgeglichen und beurteilt.

10. Wir planen wirkungsorientiert.

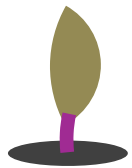
Den visionären Weg zu den grossen, längerfristig realisierbaren Zielsetzungen bewältigen wir mit sogenannten Quickwins. In dem wir schnell ins Tun kommen, schaffen wir für unsere Anliegen Sichtbarkeit, Glaubwürdigkeit und neue Erkenntnisse.

Projektziel auf den Punkt gebracht.



Kreieren eines Komm- & Bleib-Grundes durch Schaffung von attraktiven Outdoor-Aktivitäten im Rahmen der ganzheitlichen Entwicklung des Korridors im Inneren Mattertal zur nachhaltig(st)en Ganzjahres-Outdoor-Erlebnisdestination für Einheimische und Gäste.

Prozess-Philosophie: Heute säen – morgen ernten



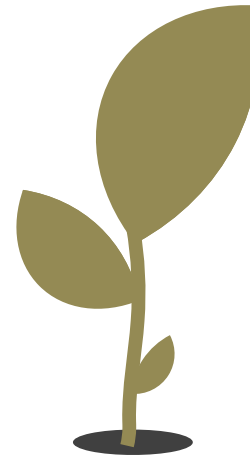
**Finanzierung
Projektent-
wicklungsphase**

CHF 684'000.-
gesichert aus
öffentlicher Hand



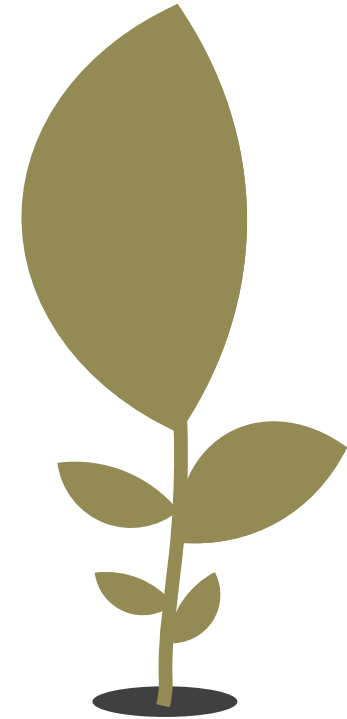
**Aufbau Struktur,
Gründung
Verein, 25.8.23**

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)



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

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.»

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

Gründung Verein: 25. August 2025

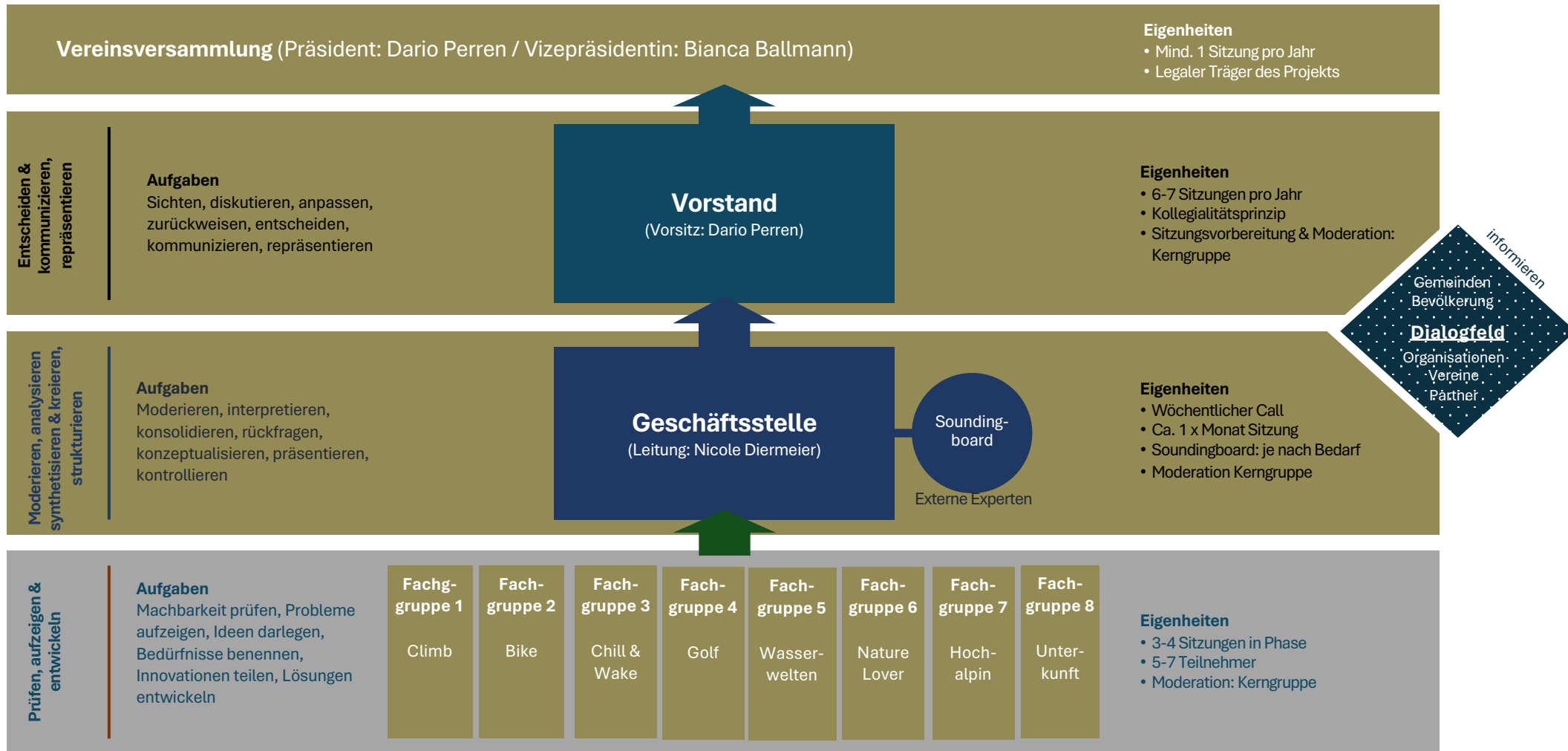
Vereinsmitglieder



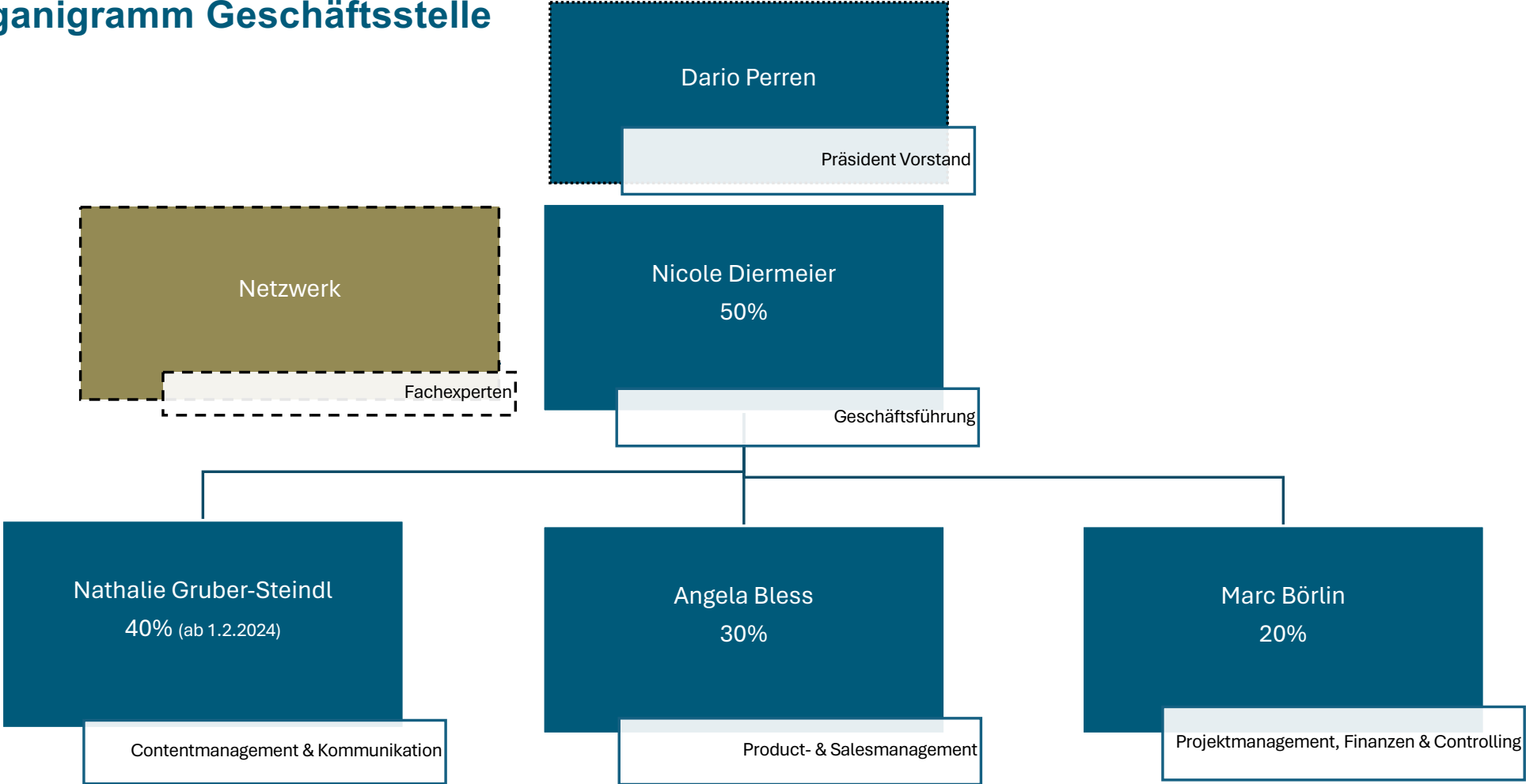
Vorstand:

- Dario Perren, Präsident
- Bianca Ballmann, Vizepräsidentin
- Annette Fux, Mitglied
- Aldo Brantschen, Mitglied
- Fabrizio Gull, Mitglied
- Yannic Lerjen, Mitglied

Gremien «Verein «360° Outdoor-Erlebnisraum»»

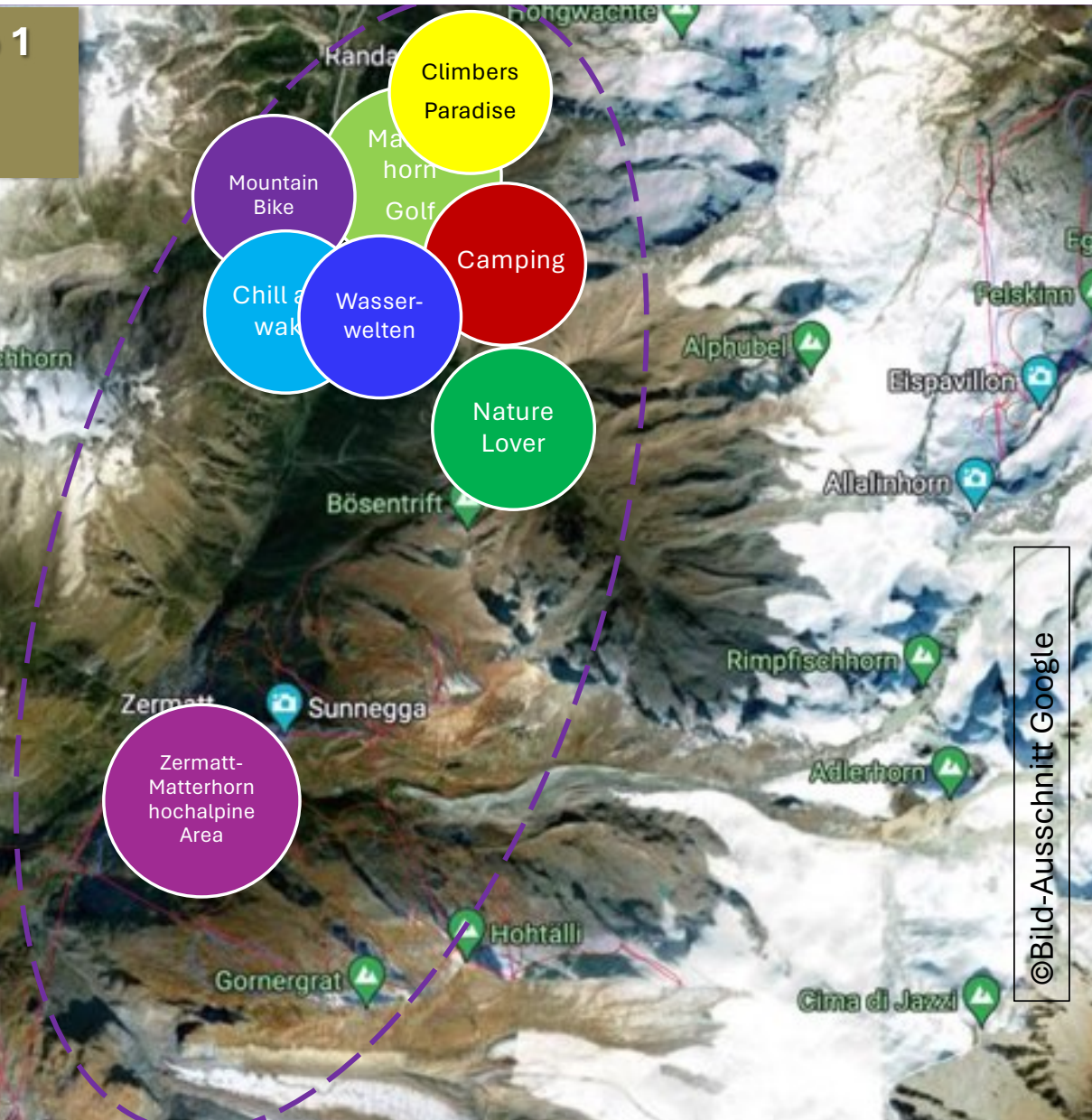


Organigramm Geschäftsstelle



Inneres Mattertal – Outdoordestination No 1

8 Erlebnis-Zonen -1 Outdoor-Erlebniswelt



Iterativer Projektentwicklungsprozess



Einblick in laufende Arbeiten & best practises aus bisherigen Workshops

Climber's Paradise / Golf / Chill & Wake

Climbers Area Workshop vom 2.11.23: 6 Projekte zur Weiterbearbeitung verabschiedet – Einblick in den Stand der Arbeiten

Red Bull The Edge

Der Gipfel des Matterhorns zu erklimmen ist ein besonderes Erlebnis und für viele von uns ein Traum. Mit Red Bull The Edge können Sie diesen Traum einen Schritt näher verwirklichen. Sie das Matterhorn aktuell – eine massive Idee, gepaart mit einer innovativen Vitechnologie und einer 360°-Fotografierung machen es möglich.



Status: Business Case fertig. Aktuell: Investoren- & Standortsuche

Adventure Park

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



Status: Synergie Nature Ninja Warrior Parcours

Netzpark – Tree Nets

Die NETZPARK sind ein unvergleichliches Natur- und Erlebnisangebot direkt in den Baumkronen.



Status: Synergie Nature Ninja Warrior Parcours

Indoor Kletterhalle

Bei einer Indoorkletterhalle, als Ergänzung/Erweiterung zur bestehenden Boulderhalle.



Status: im Austausch mit Erweiterung Boulderhalle Randa

Ausbildungscamp Beginner

Aufbau eines Ausbildungscamps für Beginner und Weiterentwicklung innerhalb des 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 berühmte Ninja Warrior. Die Besucher müssen einen physischen Hindernisparcours überwinden und dabei ihre Kraft und Ausdauer unter Beweis stellen. Anders als beim Original, sollen die Teilnehmer aber nicht im Wasser, sondern in Röhren oder Netzen fallen.



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

Nature Ninja Warrior Parcours: Planung für Einsatz am kantonalen Bergführerfest am 15. & 16. Juni 2024 im Pfarreigarten Zermatt



The Edge: VR Klettererlebnis: Evaluation Standort sowie Finanzierung



Golf Area Workshop 21.2.24: 5 Projekte zur Weiterbearbeitung verabschiedet

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	6,2
Ökologisch	7,2
Gesellschaftlich / Soziokulturell	5,0



Pitch & Putt

Pitch & Putt ist eine vereinfachte Variante der traditionellen Ballsportart Golf mit kleineren 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

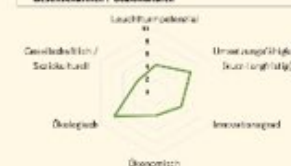


FlingGolf

FlingGolf ist eine Sportart, die einfach zu erlernen ist. Du spielst auf einem beidseitigen Golfplatz, aber anstatt einen Golfball mit einem Schläger zu schlagen, benutzt Du einen einseitigen New Swing FlingStick, um den Ball zu schaukeln und jeden Schlag vom Abschlag bis zum Loch zu gestalten. Du kannst sogar in einer Vierergruppe mit handeltüchtigen Spielern spielen.



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

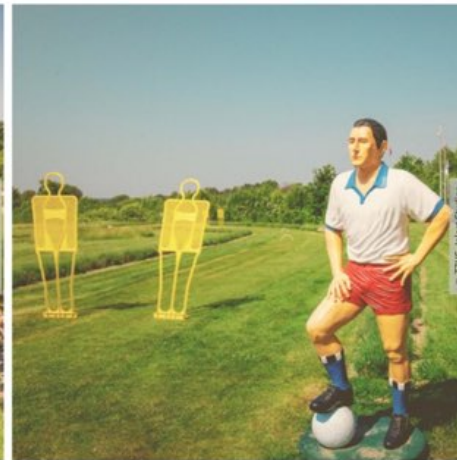


Event-
ausbau
Golf

Benchmark CH & Europa

<https://www.holsteinischeschweiz.de/poi/adventure-golf-waldshagen>

Erlebe beim Adventure Golf eine Mischung aus Minigolf, Fußballgolf und echtem Golf.



Freesbee Golf...

Chill & Wake Area: Attraktivierung linkes Schalsee-Ufer

Ziel

- Entwicklung eines Konzepts zur **Attraktivitätssteigerung** des linken Seeufers in Zusammenarbeit mit Gemeinde, Forstamt, Partner, Bevölkerung und Verein 360 Grad:
 - Analyse und mögliche Anpassung der Nutzungsschwerpunkte einzelner Bereiche, um Ansprüchen der unterschiedlichen Besucher gerecht zu werden (aktuell & künftig)
 - Optimierung der Nutzung des Schalsees
 - regionale Naturthemen spielerisch und nachhaltig erschliessen, vor allem für Familien und Kinder
 - Einteilung in Zonen, um die Bereiche zielgruppengerechter zu gestalten

Zielgruppen

- einheimische Familien
- Schulen
- Besucher

 Beispielhafte Angebots-Zonierung

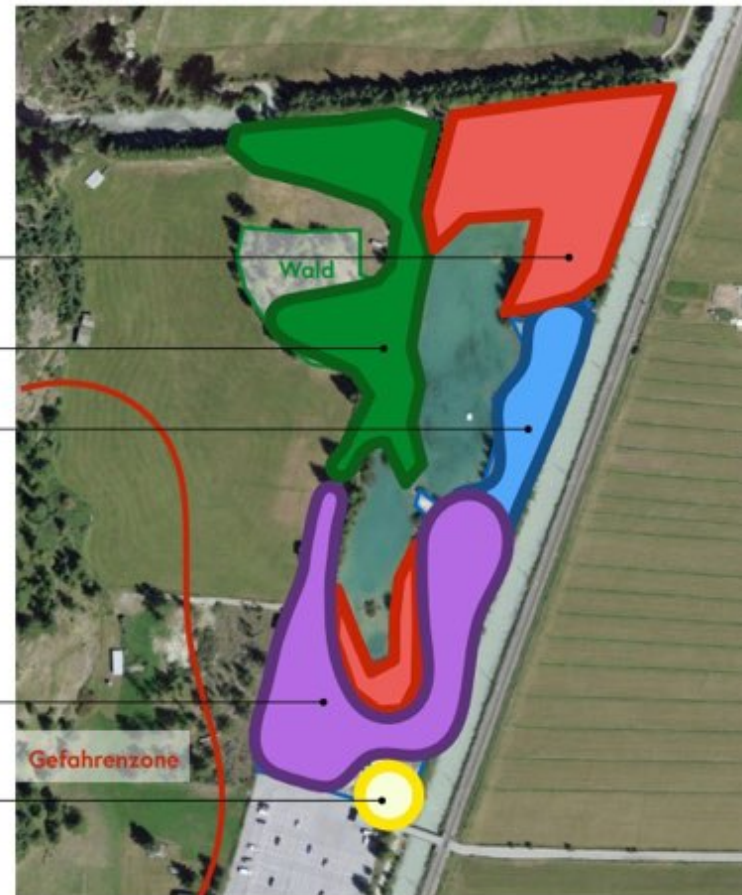
Schutzzone

Familienzone

Genusszone

Aktivzone

Portalzone



Vorgehen - in 2 Etappen

Entwicklung eines **Gesamtmasterplans** in **2 Etappen**:

1. Kurzfristige Massnahmen -> Sommer 2024 (Quick Wins) mit mobilen Installationen

2. Mittel- & längerfristige Entwicklung -> Erarbeitung eines **Gesamtmasterplans** mit folgenden Zielen:

- mittel- bis langfristige Gesamtentwicklung des Naherholungsgebiets rund um den Schallisee
- Optimale Besucherlenkung
- Steigerung des Erholungs- & Erlebniswertes für unterschiedliche Zielgruppen
- Bestmöglichen und einvernehmlichen Umgang mit der Natur und dem Besucherbetrieb, mit Grundeigentum, Schutzzonen, Zielgruppen-spezifischen Flächennutzungen
- Geordnete und koordinierte Angebotsentwicklung und –bewirtschaftung
- Optimierte Planungssicherheit

➡ Definition der Gästegruppen- und Aktivitäten-spezifischen Nutzungsansätze, der erforderlichen/gewünschten Angebote & nötigen Flächen, Ressourcen und Massnahmen der betroffenen Stakeholder

Erste Etappe: Sommer 2024 (Quick win): Ziel

- Bestehende Erlebnisstrukturen erfahren kurzfristig (Sommer 24) eine Aufwertung
 - Diese werden bereits auf die zukünftige Zonendefinierung ausgerichtet und im Rahmen der Gesamtplanung mittelfristig wiederverwendet
 - Mobiliar gewährt Verschiebung der Objekte, jedoch Gewährleistung von Vandalismus- & Diebstahlsicherung
 - Eingangsportale
 - Erlebnis-Mehrwert rund um den Schallisee für die Bevölkerung und Gäste
-  - klare Besucherlenkung und Respektierung der Zonen

BEISPIELE!

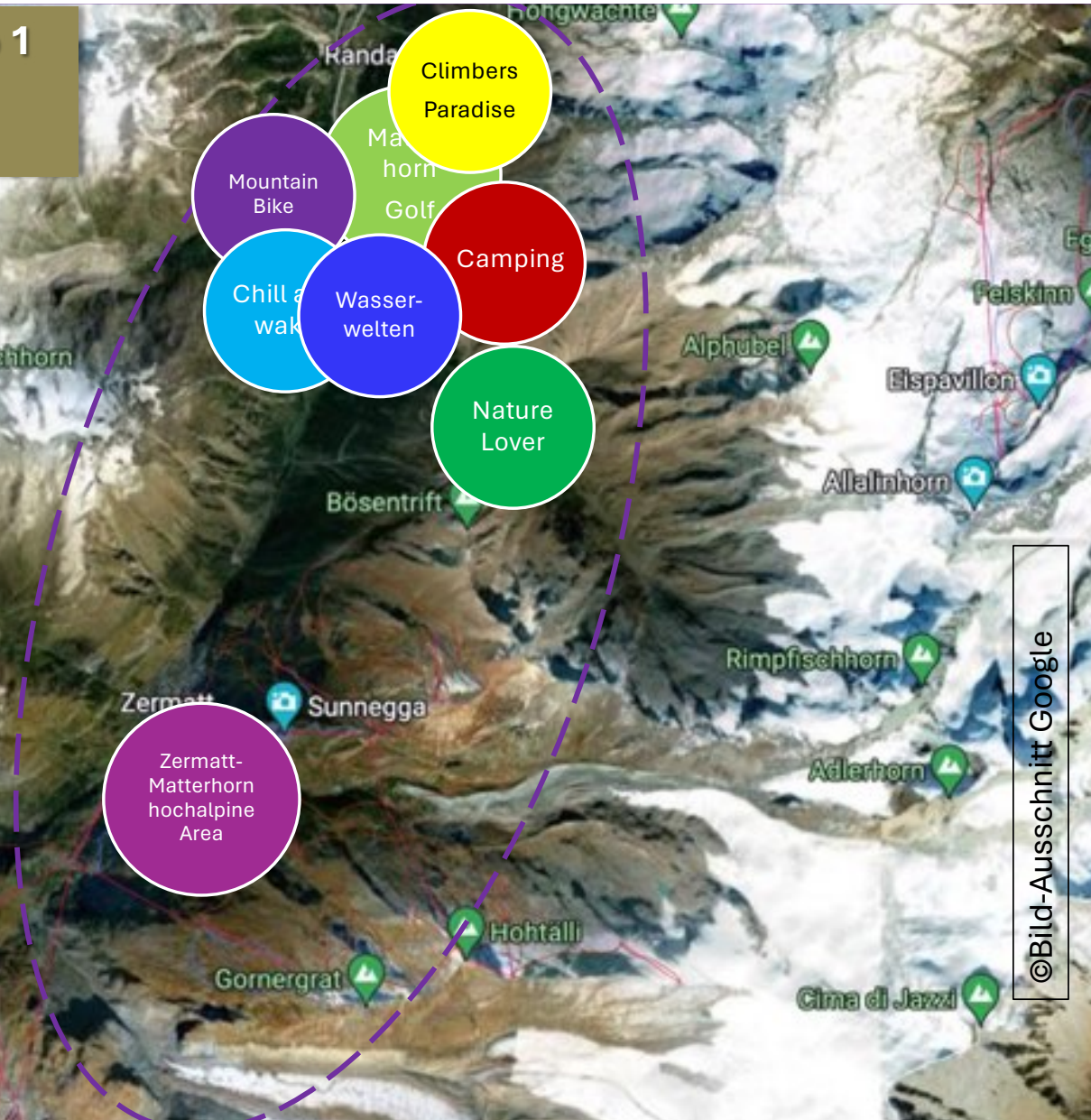
Mögliche Angebotsoptimierungen 2024



3. Fokus Thema «Wasserwelten»

Inneres Mattertal – Outdoordestination No 1

8 Erlebnis-Zonen - 1 Outdoor-Erlebniswelt



Ausgangslage

- Im Rahmen der Initiative Mattertal. Aktiv wurden 8 Erlebniszonen definiert, welche die Gesamtentwicklung des inneren Mattertals prägen sollen
- Eine dieser Erlebniszonen ist die Area „Wasserwelten“
- Das Thema Wasser hat viele Facetten und bietet eine Vielfalt von Inhalten und Aspekten
- Die Schweiz gilt als Wasserschloss und insbesondere die alpinen Regionen sind prädestiniert für Geschichten und Aktivitäten zu diesem Thema
- Die Thematik Wasser stand bislang im inneren Mattertal nicht im Fokus, obwohl dies sowohl für die Bevölkerung wie auch für Besucher von hoher Relevanz ist.
- Ein Dauerthema in der Destination Zermatt Matterhorn ist ein öffentliches Hallenschwimmbad, welche v.a. auch für die Schulen im inneren Mattertal zur Verfügung steht

3.1. Analyse

Übersicht



Definition
Wasser,
Wasserwelten



Facetten von
Wasser



Potenzial von
Wasser



Aktivitäten und
Angebote



Chancen und
Potenzial für das
Innere Mattertal

Definitionen

Wasser

Wasser ist eine chemische Verbindung aus zwei Wasserstoffatomen und einem Sauerstoffatom (H_2O). Es existiert in flüssiger Form, als Eis und als Dampf und ist essentiell für das Leben auf der Erde. Wasser bedeckt etwa 71% der Erdoberfläche, hauptsächlich in Form von Ozeanen, Flüssen, Seen und Gletschern.

Wasserwelten

Wasserwelten beziehen sich auf Umgebungen, Ökosysteme und Attraktionen, die rund um Wasser aufgebaut sind. Dazu gehören natürliche Gewässer wie Seen, Flüsse, Meere und Wasserfälle sowie künstlich geschaffene Wasserparks, Aquarien und Wellnesszentren mit Wasseranwendungen.

Wasserwelten bieten eine Vielzahl von Erlebnissen, von Erholung und Sport bis hin zu Bildung und Naturschutz.



Facetten des Wassers I

1. Lebensnotwendigkeit und Gesundheit

- **Trinkwasser:** Essenziell für das Überleben und die Gesundheit aller Lebewesen. Sauberes Trinkwasser verhindert wasserbedingte Krankheiten und fördert die allgemeine Gesundheit.
- **Hygiene:** Grundlage für persönliche Sauberkeit und sanitäre Einrichtungen, die zur Prävention von Krankheiten beitragen.

2. Wirtschaftliche Ressource

- **Industrie:** Wasser als Kühlmittel, Reinigungsmittel und Bestandteil von Produkten.
- **Landwirtschaft:** Bewässerungssysteme für Pflanzen und Wassertränken für Tiere.
- **Tourismus:** Wasserattraktionen wie Strände, Seen, Flüsse und Wellnessangebote.

3. Energiequelle

- **Wasserkraft:** Erzeugung von Strom durch Flüsse und Stauseen.
- **Erneuerbare Energie:** Nachhaltige Alternative zu fossilen Brennstoffen.

4. Umwelt und Ökologie

- **Saubere Seen und Flüsse:** Lebensräume für viele Arten, Erholungsorte für Menschen und wichtige Bestandteile des Ökosystems.
- **Lebensräume:** Flüsse, Seen und Feuchtgebiete als Lebensräume für viele Arten.
- **Ökosystemdienstleistungen:** Wasserreinigung, Nährstofftransport und Klimaregulierung.
- **Naturschutz:** Schutz von Gewässern zur Erhaltung der Biodiversität.

Facetten des Wassers II

5. Freizeit und Erholung

- **Sport und Abenteuer:** Aktivitäten wie Schwimmen, Surfen, Kajakfahren und Tauchen.
- **Entspannung:** Wellnessangebote in Thermalbädern, Saunen und Kneippanlagen.
- **Naturnahe Erlebnisse:** Wandern entlang von Flüssen und Seen, Bootsfahrten.

6. Kultur und Bildung

- **Historische Bedeutung:** Wasser als Kultur- und Zivilisationsfaktor, z.B. antike Aquädukte.
- **Bildungsangebote:** Lehrpfade, Themenwege und Museen zur Wassernutzung und -geschichte.
- **Kulturelle Praktiken:** Rituale und Traditionen rund um Wasser in verschiedenen Kulturen.

7. Klimawandel und Anpassung

- **Wasserverfügbarkeit:** Auswirkungen des Klimawandels auf Wasserressourcen.
- **Hochwasserschutz:** Massnahmen zur Vermeidung und Kontrolle von Überschwemmungen.
- **Dürremanagement:** Strategien zur Bewältigung von Wasserknappheit.

8. Innovation und Technologie

- **Wasseraufbereitung:** Technologien zur Reinigung und Wiederaufbereitung von Wasser.
- **Effizienzsteigerung:** Entwicklung von wassersparenden Geräten und Methoden.
- **Forschung:** Wissenschaftliche Studien zur nachhaltigen Nutzung und Erhaltung von Wasserressourcen.

Facetten des Wassers III

9. Soziale und geopolitische Aspekte

- **Zugang zu Wasser:** Verteilung und gerechter Zugang zu Wasserressourcen.
- **Konflikte und Kooperation:** Wasser als Quelle von Konflikten und Kooperationen zwischen Ländern und Gemeinschaften.
- **Wasserrechte:** Gesetzliche Regelungen und politische Massnahmen zum Schutz und zur Verteilung von Wasser.

10. Formen des Wassers

- **Regen:** Wichtig für die Bewässerung, das Auffüllen von Grundwasservorräten und das gesamte Wasserzyklus.
- **Schnee und Eis:** Bedeutsam für winterliche Freizeitaktivitäten, Wasserspeicherung in Gletschern und Klimaregulierung.
- **Gletscher:** Langfristige Wasserspeicher, die das Klima beeinflussen und als Indikatoren für den Klimawandel dienen.
- **Wasserfälle:** Naturschönheiten, die touristische Anziehungspunkte darstellen und ökologisch wertvolle Habitate bieten.

Wasserschloss Schweiz

- **Quellen:** Quelle von vier grossen Flusssystemen: Rhein, Rhone, Inn (ein Zufluss der Donau) und Ticino (ein Zufluss des Po). Diese Flüsse versorgen grosse Teile Europas mit Wasser.
- **Gletscher:** Die Alpen beherbergen zahlreiche Gletscher, die als Wasserspeicher dienen. Der Aletschgletscher ist der grösste Gletscher der Alpen und spielt eine wichtige Rolle in der Wasserversorgung.
- **Seen:** Es gibt über 1.500 Seen, darunter der Genfersee, der Vierwaldstättersee und der Zürichsee, die alle bedeutende touristische Ziele sind.
- **Thermalquellen und Thermen:** Bekannt für ihre zahlreichen Thermalquellen und Thermen, die seit Jahrhunderten genutzt werden und heute moderne Wellness- und Gesundheitsangebote bieten. Bedeutende Thermenorte sind unter anderem Bad Ragaz, Vals, Leukerbad und Baden, die jeweils einzigartige therapeutische und entspannende Erlebnisse anbieten.



Potenzial von Wasser

Trinkwasser

- Hochwertige Wasserqualität aus zahlreichen Quellen, Bächen und Seen
- Flächendeckende Versorgung mit sauberem Trinkwasser

Energiegewinnung

- Nutzung von Wasserkraftwerken zur Stromerzeugung
- Bedeutender Anteil der Energieversorgung durch erneuerbare Energiequellen

Tourismus

- Attraktionen wie Wassersportarten (Segeln, Kajakfahren, Rafting, Tauchen)
- Wellnessangebote in Thermalbädern und Kurorten
- Beitrag zur Wirtschaft durch Tourismus

Umwelt und Ökologie

- Schutz und Erhaltung natürlicher Wasserressourcen
- Lebensraum für reiche Flora und Fauna
- Schutzgebiete und Renaturierungsprojekte zur Verbesserung der Biodiversität und Wasserqualität

Landwirtschaft

- Bewässerungssysteme für den Anbau von Nutzpflanzen
- Sicherstellung der Ernährungssicherheit
- Zuverlässige Wasserversorgung für die Viehzucht

Industrie

- Wasserbedarf in der chemischen Industrie, Lebensmittelproduktion und anderen Branchen
- Nutzung von Wasser als Kühlmittel und Bestandteil von Produkten

Hochwasserschutz

- Investitionen in Hochwasserschutzmassnahmen
- Regulierung von Flüssen und Bau von Schutzanlagen zur Minimierung von Überschwemmungsrisiken

Bildung und Forschung

- Zentrum für Wasserforschung und -bildung
- Projekte zur Verbesserung der Wasserqualität und Entwicklung neuer Technologien für die Wasseraufbereitung
- Erforschung der Auswirkungen des Klimawandels auf Wasserressourcen

Potenzial von Wasser: Bevölkerung

Trinkwasser

- Zugang zu sauberem und sicherem Trinkwasser
- Gesundheitsförderung durch hochwertige Wasserqualität

Energieversorgung

- Zuverlässige und erneuerbare Energiequelle durch Wasserkraft
- Beitrag zur Energiesicherheit und Reduktion fossiler Brennstoffe

Freizeit und Erholung

- Lokale Erholungsmöglichkeiten durch Seen, Flüsse und Schwimmbäder
- Gesundheitsfördernde Aktivitäten wie Schwimmen, Wellness und Kneippanlagen

Umweltbewusstsein und Schutz

- Förderung von Umweltbewusstsein durch Naturschutzgebiete und Renaturierungsprojekte
- Erhalt der Biodiversität und Verbesserung der Lebensqualität

Wirtschaftliche Vorteile

- Arbeitsplätze in der Wasserversorgung, Energieerzeugung und im Tourismus
- Unterstützung der lokalen Wirtschaft durch wasserbezogene Aktivitäten

Bildung und Forschung

- Zugang zu Bildungsprogrammen und Forschungseinrichtungen
- Förderung von Innovation und technologischem Fortschritt im Bereich Wasser

Landwirtschaftliche Unterstützung

- Sicherstellung der Bewässerung und Viehversorgung
- Beitrag zur Ernährungssicherheit und landwirtschaftlichen Produktivität



Potenzial von Wasser: Gäste

Touristische Attraktionen

- Vielfältige Wassersportmöglichkeiten wie Segeln, Rafting, Kajakfahren und Tauchen
- Wellness- und Gesundheitsangebote in Thermalbädern und Kurorten

Erholung und Naturerlebnisse

- Malerische Seen und Flüsse als Orte der Entspannung und Erholung
- Naturnahe Erlebnisse wie Wandern entlang von Flüssen und Seen

Kulturelle und Bildungsangebote

- Themenwege und Lehrpfade zur Erkundung der Natur und Kultur
- Trinkwasser-Erlebnisse und Führungen zur Wassernutzung und -geschichte

Hochwertige Infrastruktur

- Gut ausgebaute touristische Infrastruktur mit Unterkünften und Freizeitangeboten
- Sicherheit und Komfort durch gut gepflegte Einrichtungen und Wasserqualität

Erlebnisschwimmbäder

- Spass und Abenteuer für die ganze Familie in Wasserparks und Erlebnisbädern
- Attraktive Angebote für Kinder und Erwachsene gleichermaßen

Events und Veranstaltungen

- Teilnahme an Wassersportwettbewerben und Regatten
- Lokale Feste und kulturelle Veranstaltungen rund um das Thema Wasser

Aktivitäten und Angebote zum Thema Wasser



Baden und Schwimmen:

Seen
Flüsse
Schwimmbäder
Erlebnisbäder
Naturerlebnisbad



Wellness und Gesundheit:

Kneippanlagen
Thermalbäder
Saunalandschaften
Wellnessangebote



Sport und Abenteuer:

Surfen
Eisklettern
Eislaufen
Erlebnisschwimmbäder



Erlebnis und Bildung:

Themenwege
Lehrpfade
Trinkwasser-Erlebnisse
Kultur und Traditionen

Benchmark & Best Practices

Baden und Schwimmen:

- **Seen:** Vierwaldstättersee, Genfersee – beliebte Badeorte.
- **Flüsse:** Aare in Bern – populäres Flussschwimmen.
- **Schwimmbäder:** Moderne Hallen- und Freibäder in vielen Städten.
- **Erlebnisbäder:** Alpamare in Pfäffikon – grösstes Wasserpark der Schweiz.

Wellness und Gesundheit:

- **Kneippen:** Zahlreiche Kneippanlagen wie in Bad Ragaz.
- **Thermalbäder:** Heisse Quellen in Leukerbad, Bad Ragaz, Vals.
- **Wellnessangebote:** Luxuriöse Spa-Hotels mit umfassenden Wellnessprogrammen.

Sport und Abenteuer:

- **Surfen:** Urbansurf in Zürich – stehende Welle.
- **Eisklettern:** Bekannte Spots in Kandersteg.
- **Eislaufen:** Natureisfelder wie auf dem Schwarzsee.
- **Erlebnisschwimmbäder:** Aquaparc in Le Bouveret.

Erlebnis und Bildung:

- **Themenwege:** Wasserweg Glarus – Lehrpfad über Wasserkraft und Natur.
- **Lehrpfade:** Trinkwasserpfad in Zürich.
- **Trinkwasser-Erlebnisse:** Besichtigung von Wasserkraftwerken, z.B. Grande Dixence.

Wasserwelten:

- **Wasserwelten Göschenen:** breite Palette von Aktivitäten, Spiel, Spass und Erholung am und rund um das Thema Wasser
- **Wasserwelten Naturpark Gantrisch:** Entdecken, Erforschen und Erleben
- **Wasserwelt Krimml Salzburg:** interaktives Ausflugs-erlebnis

Einblick in die zukünftigen Bedürfnisse von Gästen in der Schweiz

Erkenntnisse zu den Bedürfnissen und zukünftigen Erwartungen der Gäste

- Landschaft und die Umgebung erkunden
- Zeit mit Freunden, Familie oder Zweisamkeit mit dem/der PartnerIn
- Aktivitäten und Angeboten: Platz 1 ist das (Thermal-)Bad (Aktivitäten rund um das Thema Wasser, z.B. Kneippen, «Surfen», Erlebnisschwimmbad, Naturerlebnisbad)
 - Outdoor «Wellness»: Spazieren und Wandern; sportliche Aktivitäten
 - Sauna- und Dampfbadangeboten (inkl. Eisbäder)
 - Ausflügen in der lokalen Umgebung (inkl. Themenwege, Lehrpfade, etc.)
 - gesunde gastronomische Angebote

Gäste möchten sich **zukünftig bewusster und gesünder ernähren**, mehr Zeit mit Freunden oder der Familie verbringen, sich insgesamt mehr Zeit für Ferien und gezielt für ihre Erholung nehmen und aktiv an der eigenen körperlichen Fitness und einem **gesunden Schlaf** arbeiten.

Chancen und Potenzial für das Innere Mattertal

Stärkung des Tourismus durch einzigartige Wassererlebnisse

- Ganzjährige Tourismusangebote
- Gesundheit und Wellness
- Kulturelle und historische Attraktionen
- Sport- und Freizeitmöglichkeiten

Verbesserung der Lebensqualität für Einheimische durch attraktive Freizeitangebote

- Gesundheit und Wellness
- Sport- und Freizeitmöglichkeiten
- Infrastrukturentwicklung

Schaffung neuer Arbeitsplätze im Bereich Tourismus und Wellness

- Gesundheit und Wellness
- Lokale Wirtschaft und Arbeitsplätze
- Infrastrukturentwicklung

Förderung der Nachhaltigkeit und Umweltschutz durch Bildungsangebote

- Nachhaltigkeit und Umweltschutz
- Bildung und Forschung
- Klimaanpassung und Resilienz

Das Marktpotenzial von Wasser für die Gesamtdestination Zermatt ist vielfältig und bietet zahlreiche Möglichkeiten zur Förderung des Tourismus.

Durch die Kombination von Freizeit- und Erholungsaktivitäten, Gesundheit und Wellness, Naturschutz und Ökotourismus, kulturellen und historischen Erlebnissen, wirtschaftlicher Bedeutung und Infrastrukturentwicklung kann Zermatt seine Position als führende Tourismusdestination weiter stärken.

Nachhaltigkeit und der Schutz der natürlichen Wasserressourcen sind dabei entscheidend, um langfristig positive Effekte zu erzielen.

4. Vorstellung Teilnehmende

Teilnehmende Workshop Entwicklung Wasserwelten, 19. Juni 2024, Feuerwehrlokal Täsch

Vorname, Name	Organisation & Funktion	Funktion & Rolle im Workshop
Daniel Roten	Gemeinderat Randa	Politik
Annette Fux	Gemeinderätin Täsch	Politik
Daniel Lauber	Founder & VRP Cervo Mountain Resort AG	Hotelier & Unternehmer
Rainer Gilg	Managing Director BPM Sports GmbH	Experte für die Entwicklung & Finanzierung von Sport- & Freizeitanlagen
Dominik Hugi	Mitgründer von Synergies Sports	Experte für die Planung von Sportanlagen
Yannick Loretan	Produktmanager MyLeukerbad	Experte Thermal- & Schwimmbad sowie Destinationsentwicklung
Patricia Huber	Marketingleiterin Zermatt Bergbahnen	Expertin Bergbahnen (Fokus-Thema Wasser, Gletscher)
Gabriele Leiggener	Consultant Swiss Climate AG	Leiterin Nachhaltigkeitsgruppe Destination Zermatt-Matterhorn
Katja Noti	Vertretung Bevölkerung und Schwimmen für Kinder	Vorstand Lebensraum Zermatt
Valentin Biner	Vertreter Bevölkerung & Generation Z	Student Tourismusfachschule & Praktikant ZERMATTERS
Lisa Fickel	Senior Wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Tourismus & Mobilität der Hochschule Luzern, spezialisiert auf Sport & Wellbeing	Theoretische Grundlagen, Benchmark & Analysen
Christian Billau	Erlebnisplan ag: Destinationsentwicklung und Inszenierung	Methodische Leitung Workshop
Dario Perren	Vorstand Matterhorn Golfclub	Präsident Verein 360 Grad
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	Projektmanagement & Finanzierung, Support
Nathalie Gruber-Steindl	Mitarbeiterin Verein 360 Grad Outdoor – Lebens- & Erlebnisraum inneres Mattertal, verantwortlich für Projekte, Kommunikation & Contentmanagement	Einheimische & Mutter von zwei kleinen Kindern, Support

ND 17.6.24

Vorstellung der Teilnehmer

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 «Wasserwelten Area»?

Rainer:

- in der CH gibt es allgemein wenig Schwimmbäder, die der Bevölkerung zur Verfügung stehen. Die Betreiberform ist entscheidend

Katja:

- Einbindung der Einheimischen, der Gemeinschaft ist wichtig, ebenso wie Nachhaltigkeit und Finanzierbarkeit

Dominik:

- ein Link zwischen den Projekten ob. Matten und der Initiative Mattertal.Aktiv wäre wünschenswert

Marc:

- die Schaffung eines ausgewogenen Angebots im Sommer & Winter, für Einheimische, nicht nur für Gäste

Lisa:

- Einbeziehen des Themas Gesundheit, Angebot nicht nur für Gäste, sondern v.a. für die Einheimischen

Yannick:

- vielfältiges und authentisches Freizeitangebot schaffen, je natürlicher desto besser, familienfreundlich und für alle zugänglich, Qualität, Natur und Erholung im Zentrum

Dani Lauber:

- Nachhaltigkeit & Planungssicherheit im Tourismus, auch Naherholungsangebot für Einheimische schaffen

Patricia:

- den Umgang mit Wasser beibringen, sowohl den Einheimischen/Mitarbeitenden wie auch dem Gast, Wichtigkeit des Wassers für die Destination (auch im Winter), Nachhaltigkeit

Valentin:

- das Gesamtkonzept ist wichtig, versuchen, versuchen, der Abwanderung der Jungen aus Zermatt entgegenzuwirken, ein Schwimmbad wäre nötig

Gabriele:

- Lebensraum attraktiv gestalten für Einheimische und künftige Generationen, Wasser ist angesichts des Klimawandels äusserst wichtig & dadurch auch Themen wie Abkühlung etc.

Daniel Roten:

- Gäste auch in Täsch & Randa binden mit naturnahen, wirtschaftlich sinnvollen Projekte, den Einheimischen etwas bieten & den Jüngsten die Natur wieder näherbringen

Annette:

- Wasser ist ein grosses Thema in der Gemeinde Täsch, ausserordentliche Trinkwasserqualität in Täsch, diesen Aspekt miteinbeziehen, z.B. auch Wasser stauen/nutzen

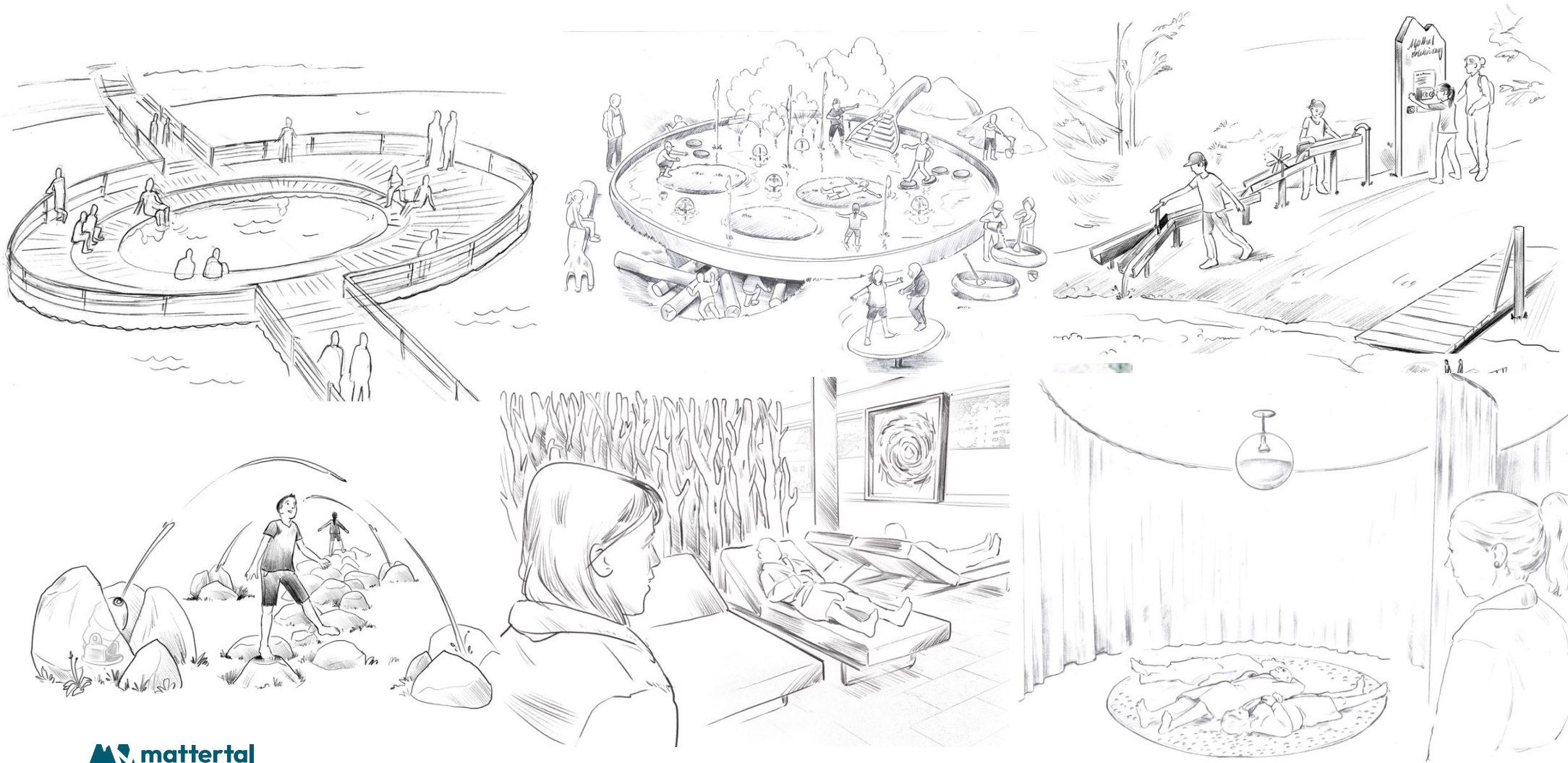
Dario:

- die Bedeutung des Wassers herausstreichen, Synergien nutzen, Wasser als Bindeglied

5. Vertiefung Ideenpool

*Besprechung des bestehenden Ideenpools sowie Einbezug von
zusätzlichen neuen Ideen resp. bestehenden Projekte der Teilnehmer.
Bewertung der einzelnen Ideen gemäss Raster*

Erlebnis-Zonen: 1 Hub & 6 „360° Erlebnis Areas“



5.1. Segmentierung



JO
Active Adventurer



12%
n=549

Impressions

"A trail run in the morning is a great way to explore."



Persona in the Sinus-Milieus

Postmaterialist

Performer

Digital Cosmopolitan

© SINUS Markt- und Sozialforschung GmbH

About me

I am an active person. I choose my destination according to the activities offered there. Sport in particular is important to me. I want to escape my everyday life and spend time exploring amazing landscapes. My passion for sport often takes me to spectacular places and I enjoy meeting like-minded people. That's where I recharge my batteries.

Travel goals



Travel motives

I want ...

- ... to experience the hot spots in my sport.
- ... authentic and challenging adventure/ experience.
- ... to take a break from everyday life.
- ... to go off the beaten track.
- ... room for exploring new things.
- ... freedom and independence.

Travel needs

Quali and quanti results

I need...

- ... a destination according to my sporting challenges (e.g. climbing, skiing).
- ... a plan, but I am always open to spontaneous opportunities and suggestions.
- ... detailed information about my trip and activities.
- ... individual travel trips. A package or group tour is only an option for me if it fits my needs to 100%.
- ... a good accommodation after an intense, active day.

Top 5 activities while travelling

1. General nature experience 56%
2. City visits 56%
3. Sightseeing 54%
4. Staying at the sea 52%
5. Outdoor sports 51%

Travel style



Sustainability affinity



Booking type

Researcher Do-it-yourself

Online 71%

Whole trip in advance 58%

Book myself 66%

Put together my own trip 59%

Research in detail 56%

Book acc. via platform 59%

Quality over price 55%

Destination Switzerland

Quali and quanti results

Drivers

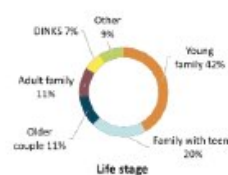
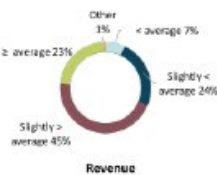
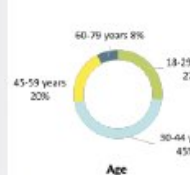
- Spectacular landscape 31%
- Good food 21%
- Experience the Swiss lifestyle 20%
- Sport/exercise/outdoor paradise 19%
- Security at destination 19%
- Adventure 18%

Barriers

- Value for money 48%
- Not enough knowledge about CH 16%
- Weather/climate 12%
- No/not enough attractions that interest me 12%
- Not adventurous enough - too convenient, organized

Holiday in CH in the past 67%

Socio-demographic view



Travel profile



Top 3
Partner 88%
Friends 82%
Other family members 74%

Keine Übereinstimmung



MAX

0%



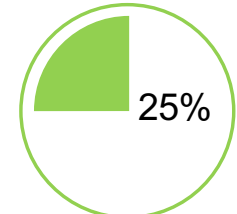
QUINN

0%

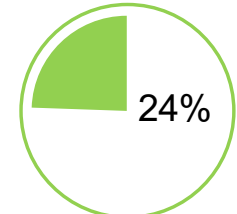
Teilweise Übereinstimmung



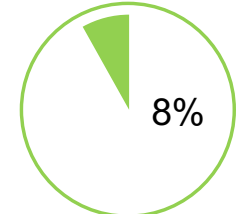
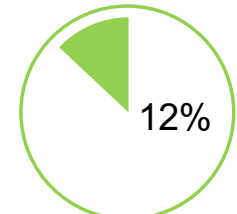
JO



PAT



KRIS



6. Verdichtung der Ideen

Ziel des Workshops



**Evaluation von Aktivitäten & Projekten in der
Wasserwelten 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 Wasserwelten Mattertal 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
Umsetzungsfähigkeit (kurz-langfristig)	Zielgruppenansprache
	Höhe Investitionstätigkeit
	Koordination und Kooperation Locals
Innovationsgrad	Bedürfnisbefriedigung Einheimische
	Erlebniswert
	Einzigartigkeit des Angebots
Ökonomische Nachhaltigkeit	Einbindung innovativer Elemente
	indirekte Wertschöpfung
	direktes Wertschöpfungspotenzial
	Synergiepotenziale Geschäftsmodelle
	Höhe Investitionstätigkeit
	Rentabilität
Ökologische Nachhaltigkeit	Besucher (Frequenz)
	Mobilität: Verkehrsanbindung / Erreichbarkeit
	Beinflussung Natur- und Landschaft
	Energieverbrauch (Strom, Wärme, etc.)
Gesellschaftlich / Soziokulturelle Nachhaltigkeit	Ressourcenverbrauch (Wasser, Boden, etc.)
	Bedürfnisbefriedigung Einheimische
	Regionale Identitätstiftung
	Kulturelle Bedeutung
	Koordination und Kooperation Locals

Ideenpool (12 Ideen aus dem Ideenpool «Wasserwelten» bewertet)

Sport- und Schwimmschulbecken

Ein Hallenbad oder Schwimmhalle ist ein in geschlossenen Räumen eingetragenes Schwimmbecken.



Leuchtpotenzial	4,9
Umsetzungsfähigkeit (kurz langfristig)	5,0
Investitionsgeld	4,4
Ökonomisch	4,7
Ökologisch	4,4
Gesellschaftlich / Sozialkultur	5,0



Erlebnisse und Inszenierung rund um Trinkwasser

Durch eine Kombination aus Bildung, Erlebnis und Genuss kann erreicht werden, das Bewusstsein für die Bedeutung von sauberem Trinkwasser zu stärken und gleichzeitig unvergessliche Erlebnisse zu schaffen (Beispielweise eine Gletscherwasserfall, Trinkwasser-Testings, etc.)



Leuchtpotenzial	4,9
Umsetzungsfähigkeit (kurz langfristig)	5,0
Investitionsgeld	4,4
Ökonomisch	4,7
Ökologisch	4,4
Gesellschaftlich / Sozialkultur	5,0



Badeteich / Eisbaden

Winter- oder Eisbaden ist das Baden bei Wassertemperaturen um den Gefrierpunkt, wobei man bis zu Brust im Wasser liegt. Durch die plötzlich eintretende Kälte ist unser Körper einem starken Temperaturstoss ausgesetzt.



Leuchtpotenzial	4,9
Umsetzungsfähigkeit (kurz langfristig)	5,0
Investitionsgeld	4,4
Ökonomisch	4,7
Ökologisch	4,4
Gesellschaftlich / Sozialkultur	5,0



Kneippanlage

Eine Kneipp-Anlage ist ein in Hallenbädern oder im Freiland errichtetes Bauwerk, das der Kneipp-Methode dient. „Kneipen“ ist eine Behandlungsmethode der Hydrotherapie, die auf der Grundlage von Temperaturkontrast angewendet wird.



Leuchtpotenzial	5,0
Umsetzungsfähigkeit (kurz langfristig)	5,0
Investitionsgeld	4,7
Ökonomisch	4,7
Ökologisch	4,7
Gesellschaftlich / Sozialkultur	4,8



Surfen / stehende Welle

Auf der stehenden Welle in einem Surfbrechen kann das Surferlebnis nachempfunden werden.



Leuchtpotenzial	5,0
Umsetzungsfähigkeit (kurz langfristig)	4,2
Investitionsgeld	5,0
Ökonomisch	4,9
Ökologisch	4,7
Gesellschaftlich / Sozialkultur	5,0



Themenwege / Lehrpfade rund um Wasser

Ein Lehrpfad, auch Lernpfad oder Themenweg, ist ein ausgebauter Spazier- oder Wanderweg, der entlang von naturwissenschaftlich oder kulturell bemerkenswerten Objekten abläuft und durch die Landschaft oder auch durch belebte Gebiete führt.



Leuchtpotenzial	4,9
Umsetzungsfähigkeit (kurz langfristig)	5,1
Investitionsgeld	4,4
Ökonomisch	4,4
Ökologisch	4,9
Gesellschaftlich / Sozialkultur	5,0



Eisklettern

Eisklettern und Eisuren sind alle Unternehmungen in alpinen Umgebungen. Neben der Eiskletterei können durch Eisbaden, Eislaufen, schmale Fels- und Eisgänge, die Absicherung erfolgt ähnlich wie beim Klettern, statt Seilrouten und moderner Sicherungstechnik werden jedoch Eisrouten verwendet.



Leuchtpotenzial	4,9
Umsetzungsfähigkeit (kurz langfristig)	5,0
Investitionsgeld	5,0
Ökonomisch	4,9
Ökologisch	5,0
Gesellschaftlich / Sozialkultur	4,7



Eislaufstrecke / Eisweg

Die Eislaufstrecken oder Eiswege können mit Schlittschuhen begangen werden.



Leuchtpotenzial	5,0
Umsetzungsfähigkeit (kurz langfristig)	5,0
Investitionsgeld	4,9
Ökonomisch	4,9
Ökologisch	5,0
Gesellschaftlich / Sozialkultur	5,0



(Natur-)Eisfelder

(Natur-)Eisfelder bieten sich an für gemütliches Eislaufen oder ein kurzes Hockeyspiel.



Leuchtpotenzial	5,0
Umsetzungsfähigkeit (kurz langfristig)	5,0
Investitionsgeld	5,0
Ökonomisch	4,9
Ökologisch	5,0
Gesellschaftlich / Sozialkultur	5,1



Erlebnisschwimmbad

Erlebnisschwimmbäder sind Freizeiteinrichtungen, die über die klassische Schwimmbecken hinaus optische Attraktionen und Unterhaltungsangebote bieten. Diese Schwimmbäder sind oft mit Rutschen, Sprungtürmen, Wellenbecken und Sprungbrettern ausgestattet, die für Abenteuer und Spaß sorgen.



Leuchtpotenzial	5,0
Umsetzungsfähigkeit (kurz langfristig)	4,9
Investitionsgeld	5,0
Ökonomisch	4,9
Ökologisch	5,0
Gesellschaftlich / Sozialkultur	4,8



Saunadorf

Saunadörfer sind spezialisierte Wellnessanlagen, die eine Vielzahl unterschiedlicher Saunen und Dampfbäder in einer natürlichen, oft thematisch gestalteten Umgebung bieten. Diese Anlagen sind darauf ausgelegt, den Gästen ein umfassendes Entspannungserlebnis zu ermöglichen.



Leuchtpotenzial	5,0
Umsetzungsfähigkeit (kurz langfristig)	5,0
Investitionsgeld	4,9
Ökonomisch	4,7
Ökologisch	5,0
Gesellschaftlich / Sozialkultur	4,8



Naturerlebnisbad

Baden fast wie im See. Im Naturerlebnisbad wird Badegästen mit atemberaubender Wasseraufbereitung kombiniert und so ein neues Badenerlebnis geschaffen.



Leuchtpotenzial	5,0
Umsetzungsfähigkeit (kurz langfristig)	5,0
Investitionsgeld	5,0
Ökonomisch	4,9
Ökologisch	5,0
Gesellschaftlich / Sozialkultur	5,0



1. Sport- & Schwimmschulbecken
2. Erlebnisse & Inszenierung rund um's Trinkwasser
3. Badeteich / Eisbaden
4. Kneippanlagen
5. Surfen / stehende Welle
6. Themenwege / Lehrpfade rund um's Wasser
7. Eisklettern
8. Eislaufstrecke / Eisweg
9. (Natur-) Eisfelder
10. Erlebnisschwimmbad
11. Saunadorf
12. Naturerlebnisbad

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.

	Sportbecken	Trinkwasser	Badeteich-Eisbaden	Kneippanlage	Surfen	Themenwege-Lehrpfade	Eisklettern	Eislaufunde	Eisfelder	Erlebnisschwimmbad	Saunadorf	Natur-Erlebnisbad	Durchschnitt	Median
Leuchtturmpotenzial	4.9	4.9	4.8	5.0	5.0	4.9	4.5	5.4	5.3	6.0	5.8	5.5	5.2	5.0
Umsetzungsfähigkeit	5.8	5.9	6.4	5.9	4.2	6.1	6.8	5.8	6.8	4.0	5.7	5.9	5.8	5.9
Innovationsgrad	4.4	4.7	4.7	4.7	5.2	4.0	5.0	5.4	4.6	6.4	5.4	5.2	5.0	4.8
Ökonomisch	3.9	3.7	3.6	3.9	4.0	4.0	3.8	4.1	4.2	5.0	4.7	4.4	4.1	4.0
Ökologisch	4.4	9.0	9.3	7.0	4.7	8.5	7.8	7.1	7.0	3.9	5.5	5.6	6.6	7.0
Gesellschaftlich / Soziokulturell	5.8	5.5	4.6	4.8	3.5	5.0	4.7	5.1	5.2	4.6	4.8	5.5	4.9	4.9

Ideenpool (9 Ideen aus dem Ideenpool Golf Area bewertet)



**Fragen zum bisher bestehenden
Ideenpool?**

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.**

Ideen der Teilnehmenden:

- **Rainer:** naturnaher Badeteich (nicht chemisch), biologische Wasseraufbereitung im Hallenbad, Lehrpfad Trinkwasser, technologisches Leuchtturmprojekt
- **Katja:** Freizeitbad evtl. nicht unbedingt nötig, sich nicht nur spezifisch aufs Hallenbad fokussieren, wichtig ist es, die Wasserwelt weiterzugeben und Schwimmen zu lernen
- **Dominik:** Eisfeld & Schwimmbad sind generell eine Herausforderung, spielerische Elemente miteinfließen lassen
- **Marc:** Spielerisch, Geocaching
- **Lisa:** Wasserfall einbinden, Elemente/Erlebnisse verknüpfen
- **Yannick:** Erlebniswelt, Wasserfall natürlich gestalten, Biodiversität
- **Dani L.:** Projekt Staudamm Gornerli evtl. miteinziehen wie in der Grimselwelt, energetischer/spiritueller Aspekt (Bsp. Evolène), was ist touristisch von Bedeutung, was für die Locals
- **Patricia:** Schlechtwetterangebote, Vernetzung, Entlastung Riffelsee, Leute sensibilisieren, Einheimische separat betrachten, Besucherlenkung
- **Valentin:** Zermatt-Täsch-Randa als Einheit betrachten, ein grösseres Sportanlagenkonzept/Saunadorf obere Matten, vgl. App Actionbound (Schnitzeljagd, Themenweg)
- **Gabrielle:** Schlechtwetterangebote, interaktive Beschäftigungen, Sauna, Naturbad statt Chlor, Alternativen, Kühlzonen schaffen, spielerischen Aspekt einbinden
- **Daniel Roten:** Bevölkerung = eher schlechte Schwimmer, alles Chemie (aber kein Grund gegen ein Schwimmbad!), Schlechtwetterprogramm, für Einheimische
- **Annette:** wie könnte man das fliessende Wasser (Wasserfall) nutzen, Hochwasserschutz evtl. einbinden
- **Dario:** Energienutzung Gornerli, viel verlorene Energie der Bäche, über Tellerrand denken, eigenen Kreislauf herbringen

Eure Favoriten

Verdichtung Ideen

Was sind Eure Favoriten?!

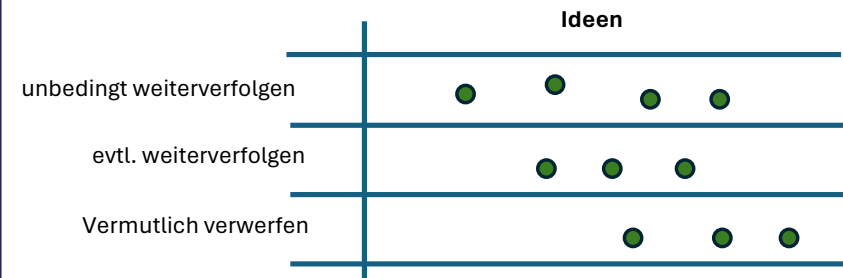
2er Gruppenarbeit → 4 – 5 Gruppen

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. Katja Noti & Valentin Biner
2. Daniel Roten & Yannick Loretan
3. Annette Fux & Patricia Huber
4. Daniel Lauber & Rainer Gilg
5. Gabriele Leiggener, Dominik Hugi & Dario Perren
6. Lisa Fickel & Marc Börlin

Verdichtung Ideen

2. Vorstellung der Ergebnisse pro Gruppe

Schritt 1 - Ranking
1
2
3
4
5
...

Eure
Favoriten

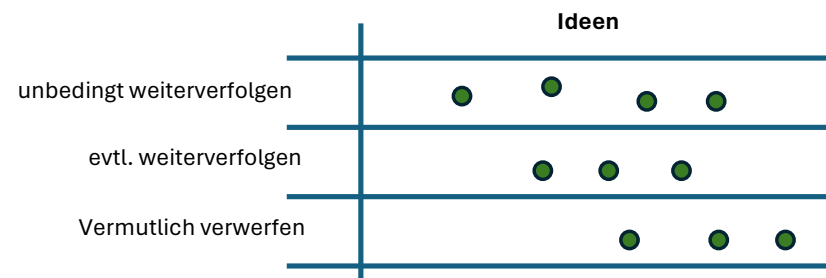
PAUSE



Verdichtung Ideen

Vorstellung der Gesamtauswertung der Favoriten

Schritt 2 - Gegenüberstellung



Die Rankings werden ausgewertet und die 5 überzeugendsten Ideen identifiziert

Verdichtung Ideen

Vorstellung der Gesamtauswertung der Favoriten

	Team 1	Team 2	Team 3	Team 4	Team 5	Team 6	Total
Sport- & Schwimmschulbecken	8	5	1	2	3	7	26
Erlebnisse Trinkwasser	2	1	3	3	1	5	15
Badeteich / Eisbaden	5	3	9	1	2	2	22
Kneippanlagen	3	1	9	2	4	4	23
Surfen / stehende Welle	9	9	9	12	5	12	56
Themenwege /Lehrpfade Wasser	4	1	2	4	1	3	15
Eisklettern	10	4	9	5	6	11	45
Eislaufrunde	11	6	9	6	7	1	40
(Natur-)Eisfelder	7	2	9	6	7	2	33
Erlebnisschwimmbad	12	1	9	2	10	7	41
Saunadorf	6	7	9	2	2	8	34
Naturerlebnisbad	1	8	1	1	9	1	21

Auswahl Top 6

1. Themenwege / Lehrpfad
2. Erlebnis Trinkwasser
3. Naturerlebnisbad
4. Badeteich / Eisbaden
5. Kneippanlage
6. Sport- & Schwimmschulbecken

Themenwege / Lehrpfade rund um Wasser

Ein Lehrpfad, auch Lernpfad oder Themenweg, ist ein ausgebauter Spazier- oder Wanderweg, der entlang von naturwissenschaftlich oder kulturell bemerkenswerten Objekten stationenartig durch die Landschaft oder auch durch bebauten Gebiet führt.



Resultatsübersicht	
Leuchtpotenzial	4,9
Umweltungsfähigkeit (kurz/langfristig)	5,1
Innovationsgrad	4,9
Ökonomie	4,8
Ökologisch	5,5
Gesellschaftlich / Sozialkulturell	5,5



Erlebnisse und Inszenierung rund um Trinkwasser

Durch eine Kombination aus Bildung, Erlebnis und Genuss kann erreicht werden, das Bewusstsein für die Bedeutung von sauberem Trinkwasser zu stärken und gleichzeitig unvergessliche Erlebnisse zu schaffen (beispielsweise eine Gletscherwasserbar, Trinkwasser-Tastings, etc.)



Resultatsübersicht	
Leuchtpotenzial	4,9
Umweltungsfähigkeit (kurz/langfristig)	5,9
Innovationsgrad	4,7
Ökonomie	3,7
Ökologisch	5,5
Gesellschaftlich / Sozialkulturell	5,5



Naturerlebnisbad

Baden fast wie im See, im Naturerlebnisbad wird Badespaß mit ökologischer Wasseraufbereitung kombiniert und so ein neues Baderlebnis geschaffen.



Resultatsübersicht	
Leuchtpotenzial	5,5
Umweltungsfähigkeit (kurz/langfristig)	5,9
Innovationsgrad	5,5
Ökonomie	4,4
Ökologisch	5,6
Gesellschaftlich / Sozialkulturell	5,5



Badeteich / Eisbaden

Winter- oder Eisbaden ist das Baden bei Wassertemperaturen um den Gefrierpunkt, wobei man bis zur Brust ins Wasser steigt. Durch die plötzlich einsetzende Kälte ist unser Körper einem starken Temperaturreiz ausgesetzt.



Resultatsübersicht	
Leuchtpotenzial	4,8
Umweltungsfähigkeit (kurz/langfristig)	5,4
Innovationsgrad	4,7
Ökonomie	3,6
Ökologisch	5,3
Gesellschaftlich / Sozialkulturell	4,8



Kneippanlage

Eine Kneipp-Anlage ist ein in Hallbädern oder im Freiland errichtetes Bauwerk, das der Kneipp-Medizin dient. „Kneippen“ ist eine Behandlungsmethode der Hydrotherapie, die auf der Grundlage von Sebastian Kneipp angewendet wird.



Resultatsübersicht	
Leuchtpotenzial	5,8
Umweltungsfähigkeit (kurz/langfristig)	5,9
Innovationsgrad	4,7
Ökonomie	3,6
Ökologisch	7,8
Gesellschaftlich / Sozialkulturell	4,8



Sport- und Schwimmschulbecken

Ein Hallenbad oder Schwimmhalle ist ein in geschlossenen Räumen angelegtes Schwimmbad.



Resultatsübersicht	
Leuchtpotenzial	4,9
Umweltungsfähigkeit (kurz/langfristig)	5,9
Innovationsgrad	4,4
Ökonomie	3,9
Ökologisch	4,4
Gesellschaftlich / Sozialkulturell	5,5



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.



aktiv



Zusammenfassung Brainwriting



Auswertung Brainwriting

Badeteich

Inputs Workshop 19.6.2024

Herausforderungen

Chancen/Potenziale

Erreichbarkeit

Angebot bereits vorhanden

Zielgruppendefinition

Sicherheit

Als alleinstehendes Angebot zu wenig attraktiv

Alternative zu öff. Bad

Gesundheitstourismus

Eventuell Kombination mit Kneippanlage

Wasserkurse für Schulen anbieten

**Naturnah belassen
(minimaler Komfort, wie
Toiletten, Kabinen, etc.)**

**Ganzheitlich - Trend für
Einheimische und Gäste**

**Ganzjährige Nutzung
möglich**

Quick-Win

Mit Themenweg verbinden

Auswertung Brainwriting

Herausforderungen

Kneippanlagen

Inputs Workshop 19.6.2024

Chancen/Potenziale

**Gesundheitstourismus im
Trend**

**Hohe / rasche Umsetzbarkeit
(auch an mehreren Standorten)**

**Keine grossen
Wassermengen notwendig**

Mit Themenweg verbinden

**Potenzial bei vielen
Zielgruppen**

Kombinierbarkeit

Langsamtourismus

**Angebot für Gäste und
Einheimische**

Auswertung Brainwriting

Naturerlebnisbad

Inputs Workshop 19.6.2024

Herausforderungen

Chancen/Potenziale

Hygiene / Aufbereitung Wasser

Sicherheit

Ganzjahresbetrieb möglich?

Keine Schlechtwetteroption

**Welche Infrastruktur wird benötigt
(Duschen, Kabinene etc.)**

Unterhalt

**Verschiedene Kombinationen möglich (Saunadorf,
Themenweg, Kneippanlage, Naturerlebnisse)**

**Biodiversitätsthema auch
darstellbar**

Gut für Touristen und Einheimische

**Künstlicher Wasserfall
(Inszenierung)**

Passt zur Destination

Alternative zum Hallenbad

Auswertung Brainwriting

Herausforderungen

Sport- und Schwimmschulbecken

Inputs Workshop 19.6.2024

Chancen/Potenziale

Finanzierung (Erstellung und Betrieb)

Nachhaltigkeit

Ressourcenintensiv

**Unbedingt nötig für Einheimische,
Kinder, Schulen und Gäste**

Indoorangebote fehlen

Wichtig für Camping-Gäste

**Prüfung einer «Multifunktionalität»/
Kombination mit anderen
Angeboten**

**Ein Mehrwert für die Destination
und Treffpunkt für Einheimische**

Auswertung Brainwriting

Herausforderungen

Themenwege / Lehrpfade rund um's Wasser

Inputs Workshop 19.6.2024

Chancen/Potenziale

**Bereits viele Themenwege
vorhanden / Differenzierung**

Bringt wenig «Traffic»

Hohe / rasche Umsetzbarkeit

Finanzieller Aufwand gut planbar

Breite Zielgruppenansprache

**Sensibilisierung für die
Thematik Wasser**

**Auch für Schulen interessant
(Bildung)**

**Partnerschaft mit Regionen in
denen Wasser fehlt**

Hohe Kombinierbarkeit

Spielerische Inszenierung

Erschliessung Täsch/Randa-Zermatt

Auswertung Brainwriting

Herausforderungen

Trinkwasser (Erlebnisse & Inszenierung)

Inputs Workshop 19.6.2024

Chancen/Potenziale

Einbezug Gastronomie

Weg des Wassers im Mattertal

Gut kombinierbar mit Themenweg

Trinkwasserstationen
einbinden

Refill statt PET (Mattertal-
Wasser)

Grosses Vermarktungspotenzial

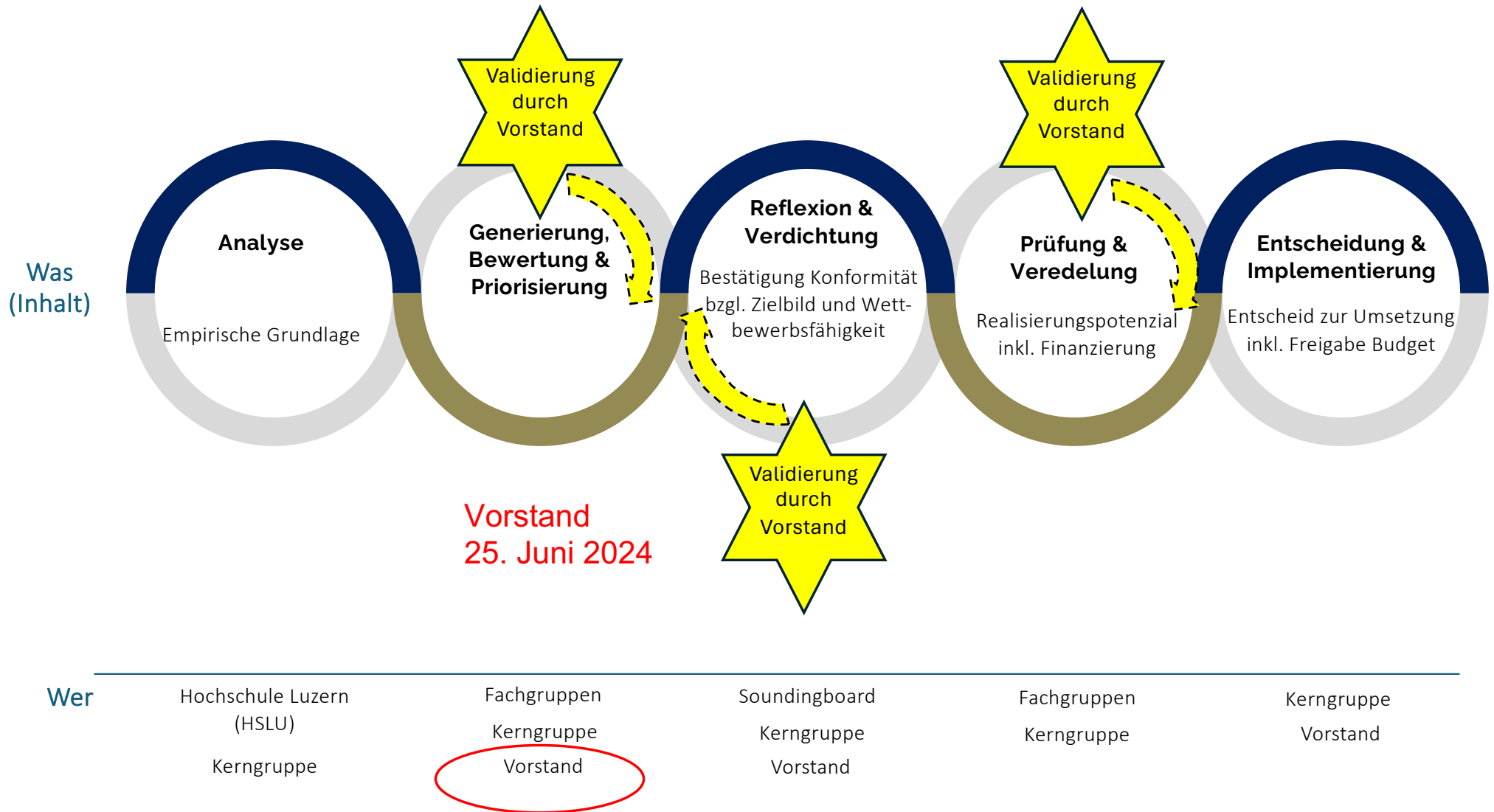
Verschiedene Projekte möglich
(bspw. mit Standortförderung)

Trinkwassertastings

Gesundheitstrends einbinden

7. Abschluss & next steps

Iterativer Projektentwicklungsprozess



Vergütung Teilnahme Workshop

Gemäss Spesenreglement des Vereins:

«Privatpersonen, welche nicht Mitglieder des Vereins sind oder deren Leistungen im Zusammenhang mit der Projektarbeit nicht bereits im Rahmen des ordentlichen Aufgabengebiets abgedeckt wird oder bereits durch eine anderswertige Vereinbarung geregelt sind (z.B. auf Mandatsbasis), werden für ihre Experten-Leistungen entschädigt.»

Entschädigung für Teilnahme in Arbeitsgruppen: CHF 50.-/Std.

Rechnungsanschrift;

Verein 360 Grad Outdoor – Lebens- & Erlebnisraum inneres Mattertal

Matterhorn Terminal, Bahnhofplatz 7

3929 Täsch

Bitte Rechnung per E-Mail an nicole.diermeier@360outdoor.ch senden

HERZLICHEN DANK FÜR EUER MITWIRKEN



DANKE