

Area Camping Täsch

Workshop
5. September 2024
9.15– 12.15 Uhr
in Täsch



1. Begrüßung, Agenda und Ziel des Workshops

Agenda – Workshop «Camping», 5. September 2024

1. Begrüssung (5 min, Dario Perren)
 2. Intro Gesamtprojekt (15 min, Nicole Diermeier)
 3. Fokus Thema Camping: Ausgangslage & Projektstand (10 min, Mario Fuchs)
 4. Vorstellung der Teilnehmenden (30 min, 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 «Camping Täsch»?
 5. Vertiefung Ideenpool (65 min, 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 (15 min)
6. Verdichtung der Ideen zu Aktivitäten & Projekte (35 min, Christian Billau)
 7. Abschluss und next steps (5 min, Nicole Diermeier)
 8. Apéro

Ziel des Meetings



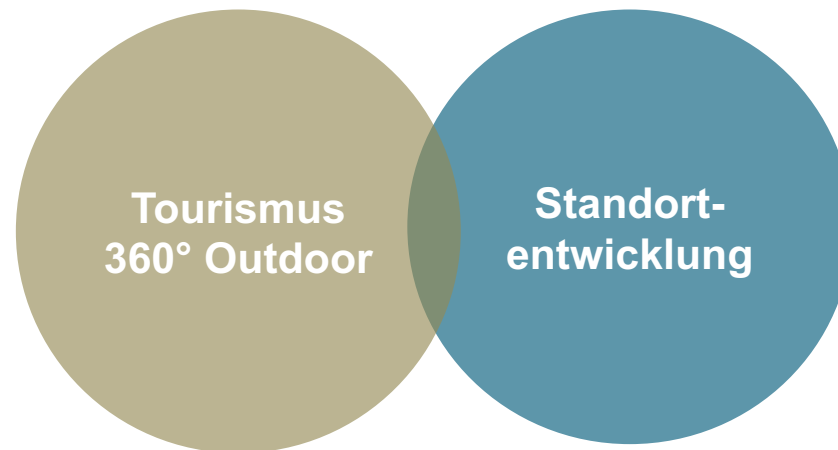
Evaluation (Priorisierung) von Aktivitäten & Projekten in der Camping Area als Basis für die Ausarbeitung des Masterplans und die Machbarkeitsabklärung/Realisierung

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.

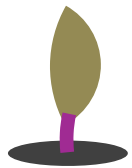
Den visionären Weg zu den grossen, längerfristig realisierbaren Zielsetzungen bewältigen wir mit sogenannten Quickwins. In dem wir schnell ins Tun kommen, schaffen wir für unsere Anliegen Sichtbarkeit, Glaubwürdigkeit und neue Erkenntnisse.

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

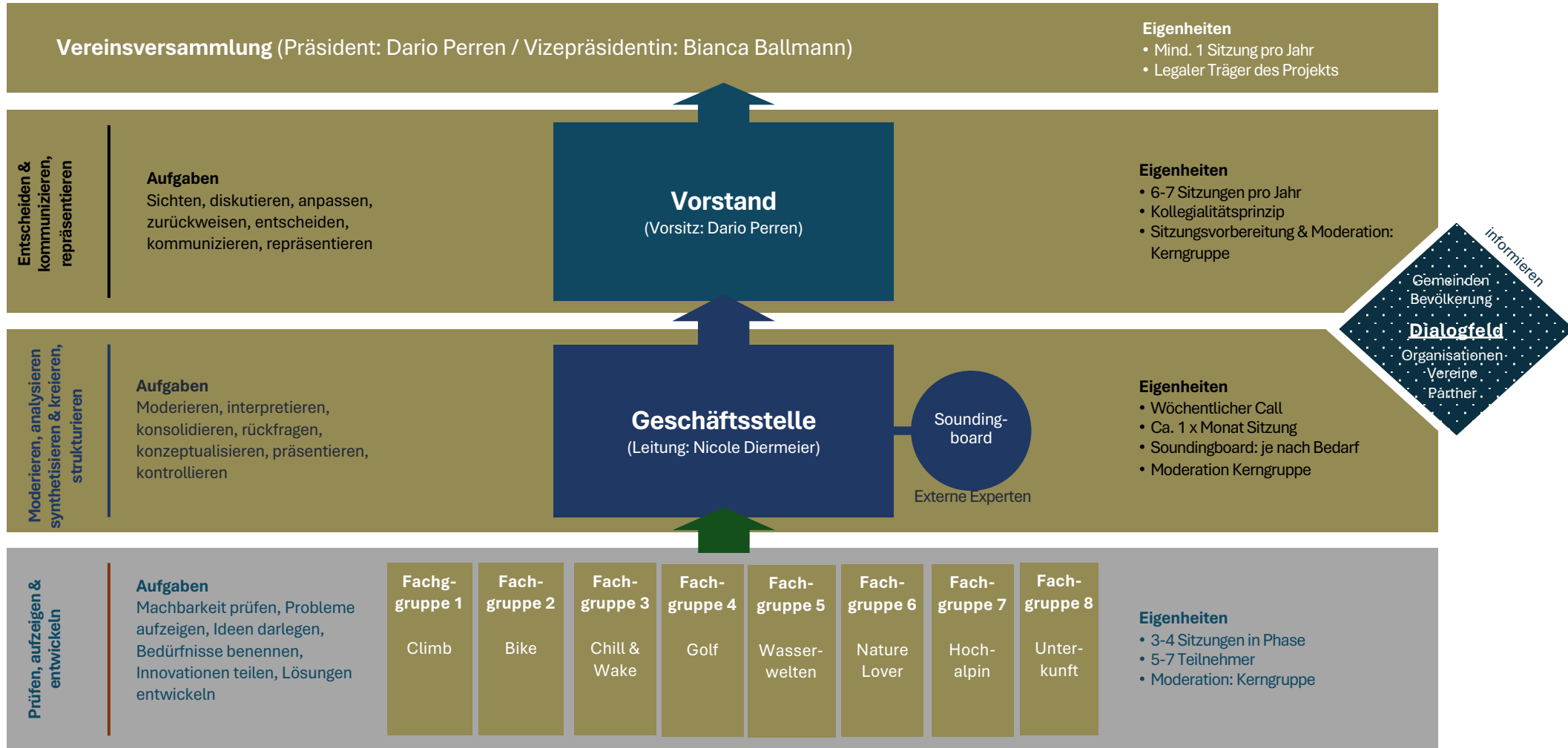
Vereinsmitglieder



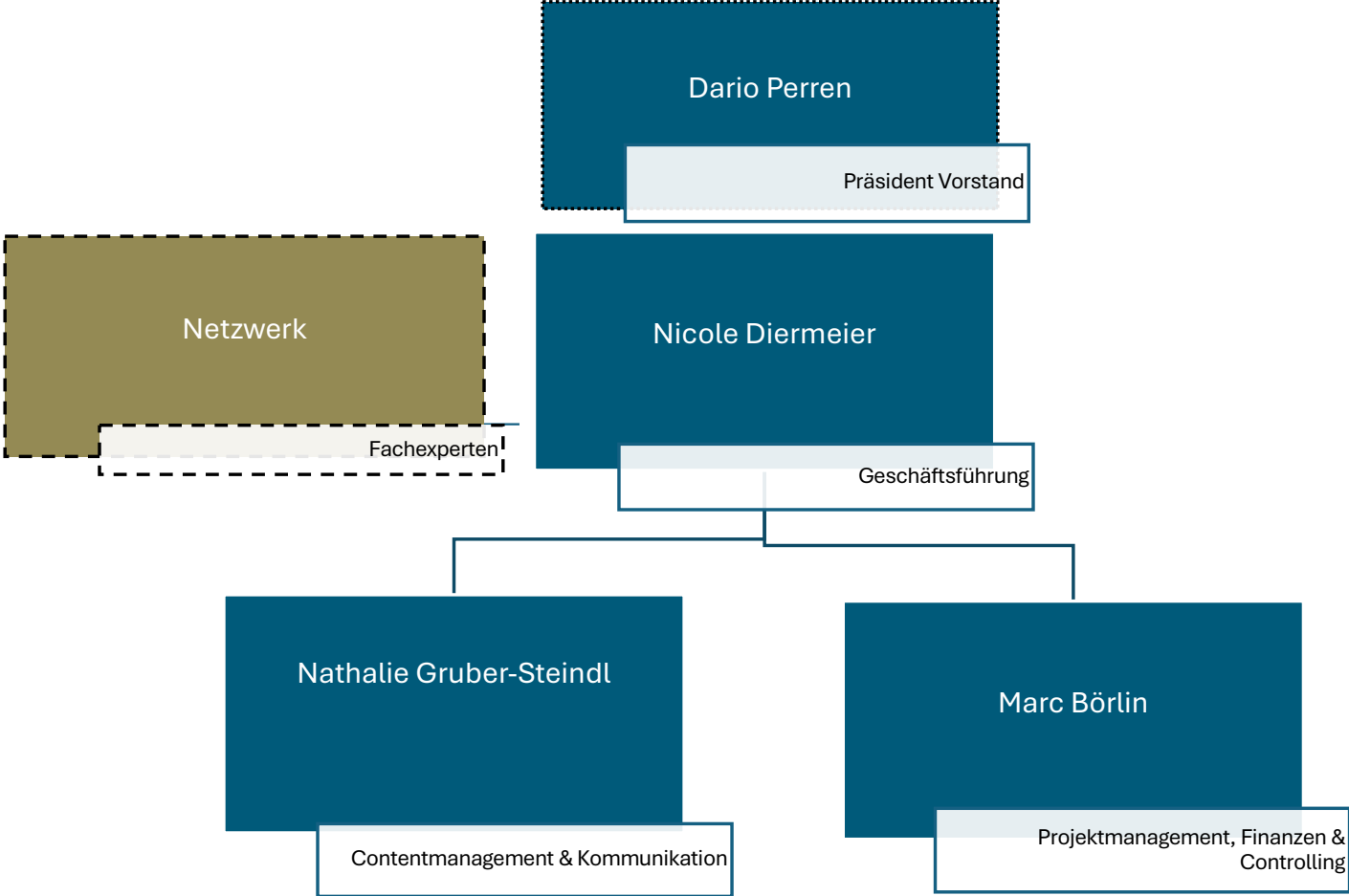
Vorstand:

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

Gremien «Verein «360° Outdoor-Erlebnisraum»



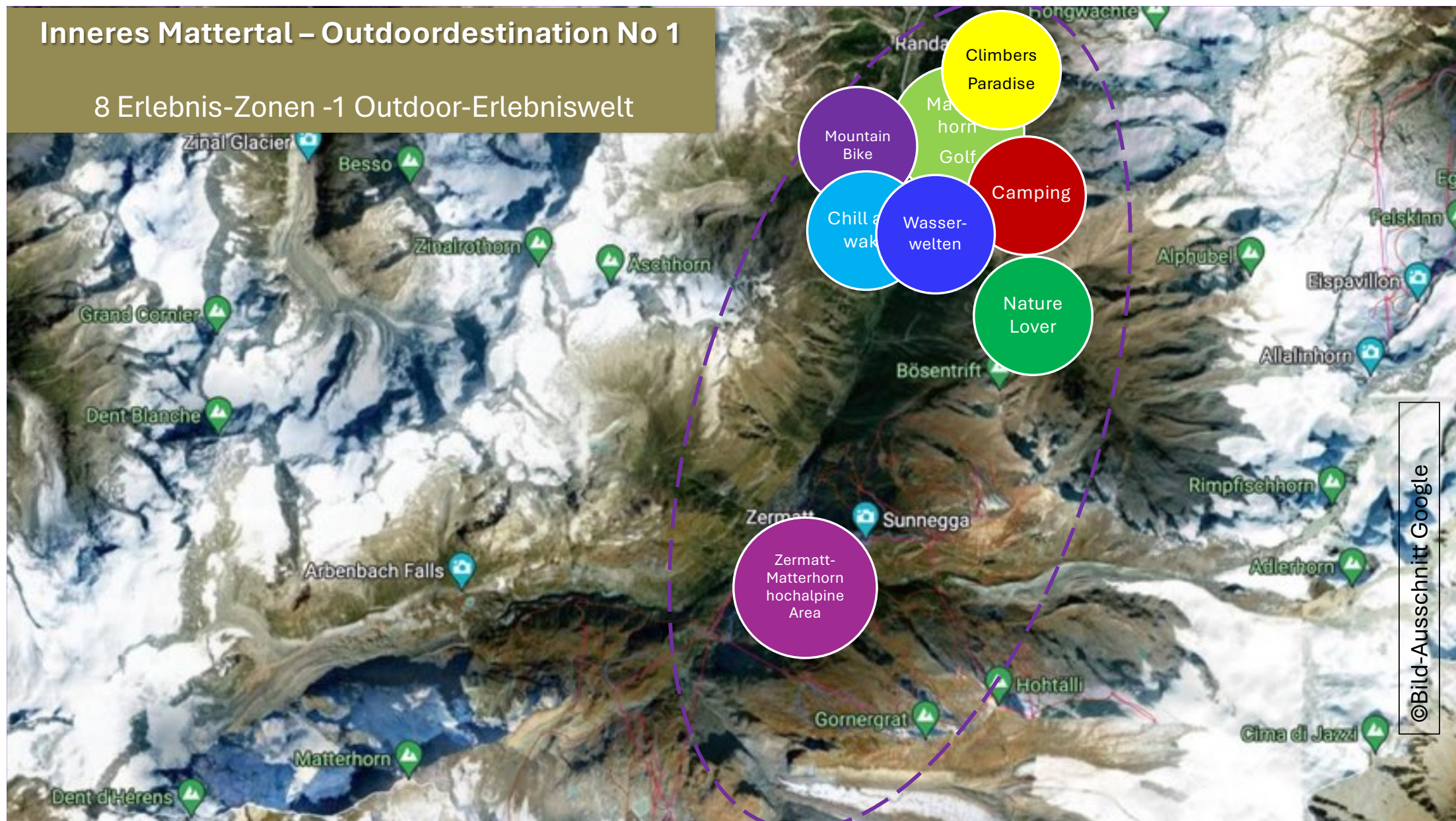
Organigramm Geschäftsstelle*



*Sämtliche Personen sind im Auftragsverhältnis auf Mandatsbasis engagiert.

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 erklimmen - eine Mission, die gepasst mit einer innovativen VR-Technologie und einer 360°-Filmproduktion machen es möglich.



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

Adventure Park

Ein Natur- (Zoo)park besteht aus mehreren Wegen oder Stationen, die durch verschiedene Elemente (Schrauben, Balken etc.) verbunden sind.



Status: Synergie Nature Ninja Warrior Parcours

Netzpark – Tree Nets

Die TREENETS sind ein unvergessliches Natur- und Erlebnisangebot direkt in den Bäumen.



Status: Synergie Nature Ninja Warrior Parcours

Indoor Kletterhalle

Das ist eine Indoorkletterhalle, als Ergänzung/Erweiterung zur bestehenden Boulderhalle.



Status: im Austausch mit Erweiterung Boulderhalle Randa

Ausbildungscamp Beginner

Aufbau eines Ausbildungscamps für Beginner und Fortgeschrittene 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 bekannten Ninja Warrior. Die Stationen müssen einen höheren Handlungswert darstellen und über ihre Kraft und Ausdauer unter Beweis stellen. Anders als beim Original, sollen die Teilnehmer aber nicht im Wasser, sondern in Eiswasser oder Nässe fallen.



Status: Pilot für kant. Bergführerfest wird erstellt und ansch. 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, Bänken, 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, Bänken, 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 gibt einen Ball mit erpöckelst weniger 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 anstelle eines Golfballs mit einem Schläger zu schlagen, benutzt du einen riesigen New Swans Flingschlag, um den Ball zu schaukeln und jeden Schlag vom Abschlag bis zum Loch zu gestalten. Du kannst sogar in einer Vereinsgruppe mit handwerklichen Boffern 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...

Wasserwelten Area Workshop, 19.6.24: 6 Projekte zur Weiterbearbeitung verabschiedet

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 stationär durch die Landschaft oder auch durch bebauten Gebiet führt.



Resultatübersicht	
Leuchtpotenzial	4,8
Umsetzungsfähigkeit (kurz/langfristig)	5,1
Innovationsgrad	4,8
Ökonomisch	4,8
Ökologisch	5,5
Gesellschaftlich / Sozokulturell	5,8



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 ungewöhnliche Erlebnisse zu schaffen (beispielsweise eine Gletscherwasserbar, Trinkwasser-Tasting, etc.)



Resultatübersicht	
Leuchtpotenzial	4,9
Umsetzungsfähigkeit (kurz/langfristig)	5,9
Innovationsgrad	4,7
Ökonomisch	3,7
Ökologisch	5,8
Gesellschaftlich / Sozokulturell	5,5



Naturerlebnisbad

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



Resultatübersicht	
Leuchtpotenzial	5,5
Umsetzungsfähigkeit (kurz/langfristig)	5,8
Innovationsgrad	5,2
Ökonomisch	4,4
Ökologisch	5,8
Gesellschaftlich / Sozokulturell	5,5



Badeteich / Eisbaden

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



Resultatübersicht	
Leuchtpotenzial	4,8
Umsetzungsfähigkeit (kurz/langfristig)	5,4
Innovationsgrad	4,7
Ökonomisch	3,6
Ökologisch	5,3
Gesellschaftlich / Sozokulturell	4,8



Kneippanlage

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



Resultatübersicht	
Leuchtpotenzial	5,8
Umsetzungsfähigkeit (kurz/langfristig)	5,9
Innovationsgrad	4,7
Ökonomisch	3,6
Ökologisch	7,8
Gesellschaftlich / Sozokulturell	4,8



Sport- und Schwimmschulbecken

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



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



Wasserwelten Area: Priorisierung der Projekte

Themenwege / Lehrpfade rund um Wasser

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



Beschreibende	
Leuchtpotenzial	4,9
Umsetzungsfähigkeit (kurz langfristig)	5,1
Innovationsgrad	4,8
Ökonomisch	4,5
Ökologisch	4,6
Gesellschaftlich / Soziokulturell	5,9



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 ungewohnte Erlebnisse zu schaffen. (Bspelsweise eine Gletscherwasserbar, Trinkwasser-Tastings, etc.)



Beschreibende	
Leuchtpotenzial	4,9
Umsetzungsfähigkeit (kurz langfristig)	5,9
Innovationsgrad	4,7
Ökonomisch	3,7
Ökologisch	5,5
Gesellschaftlich / Soziokulturell	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 glücklichere Kälte ist unser Körper einem starken Temperaturstoß ausgesetzt.



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



Naturerlebnisbad

Baden fast wie im See im Naturerlebnisbad wird Badegästen mit ökologischer Wasseraufbereitung kombiniert und so ein neues Badenlebnis geschaffen.



Beschreibende	
Leuchtpotenzial	5,5
Umsetzungsfähigkeit (kurz langfristig)	5,9
Innovationsgrad	5,8
Ökonomisch	4,4
Ökologisch	5,8
Gesellschaftlich / Soziokulturell	5,5



Kneippanlage

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



Beschreibende	
Leuchtpotenzial	5,8
Umsetzungsfähigkeit (kurz langfristig)	5,9
Innovationsgrad	4,7
Ökonomisch	5,8
Ökologisch	7,8
Gesellschaftlich / Soziokulturell	4,8



Sport- und Schulschwimmbekken

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



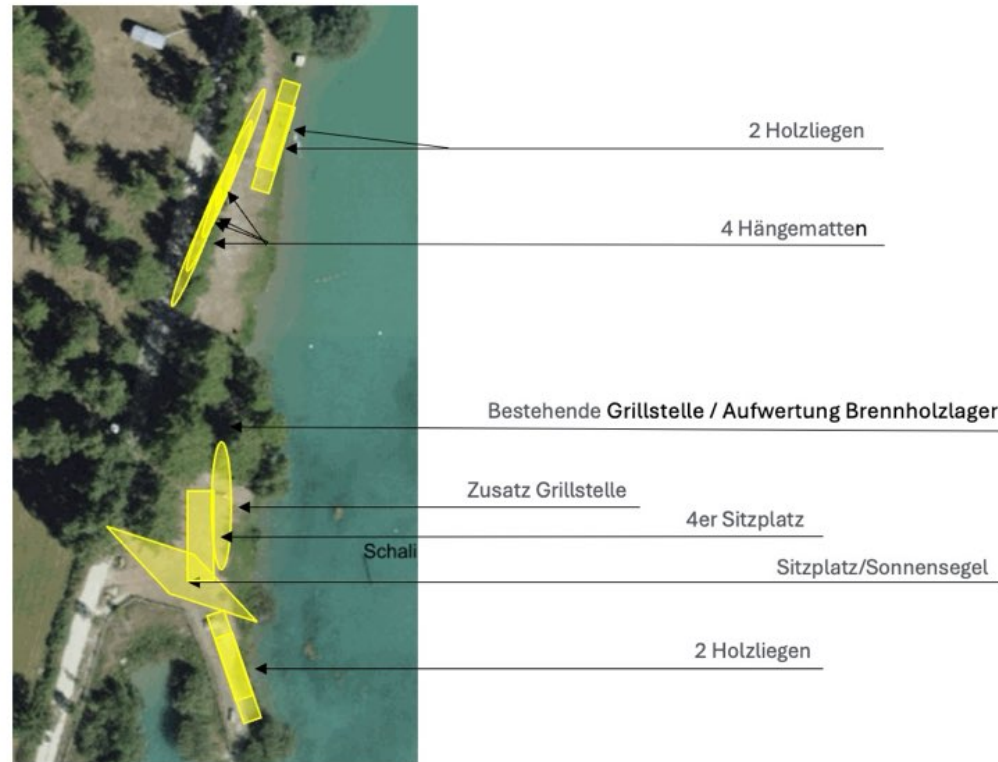
Beschreibende	
Leuchtpotenzial	5,9
Umsetzungsfähigkeit (kurz langfristig)	5,8
Innovationsgrad	4,8
Ökonomisch	5,8
Ökologisch	4,4
Gesellschaftlich / Soziokulturell	5,8



Chill & Wake Area

Etappe 1- Quick win:
Attraktivierung linkes Schalisee Familienufer
Etappe 2: Gesamtentwicklung (ab Q4 2024)

Grill- und Genusszone Familienbereich - Übersicht



Portaltafel zur Besucherlenkung



Portaltafel zur Besucherlenkung (Zoom)

NAHERHOLUNGSGEBIET SCHALISEE



Liebe Gäste!

Herzlich Willkommen am Schallisee! Hier findet ihr zahlreiche Erlebnis- und Erholungsangebote. Nutzt diese nach euren Vorlieben und genießt den See mit seinen abwechslungsreichen Uferzonen.

Wir bitten euch dabei folgende Hinweise zu beachten:

- Bitte das Gelände sauber hinterlassen und den Abfall mitnehmen.
- Das Grillieren und Feuern ist ausschliesslich bei den dafür vorgesehenen Grillstellen erlaubt.
- Bitte vor dem Weggehen das Feuer vollständig löschen und kontrollieren, dass keine Rest-Glut vom Winde verweht werden kann.

Wir bedanken uns für ein rücksichtsvolles Miteinander und den sorgfältigen Umgang mit der kostbaren Natur und Umwelt. Die Benützung aller Anlagen und Einrichtungen erfolgt auf eigene Verantwortung.

Herzlichen Dank an die Partner für die Unterstützung und Realisierung des Naherholungsgebiet Schallisee.

- 1 Eingang
- 2 Bike Zone Schall
- 3 Familien- und Picknickzone
- 4 Schall Lago Beach Lounge
- 5 Fischerhütte (privat)





Impressionen der sanften Neugestaltung

Einweihungsfest als erster Projekt-Quick-Win

Ein erstes sichtbares Resultat der Initiative, das primär von den Einheimischen als Oase der Ruhe und Begegnungsort vor den Toren des Tourismusmagnets Zermatt geschätzt wird.

Und ein klares Bekenntnis wie auch Ergebnis an den viel besagten partizipativen Prozess mit Fokus auf die vier B's wie Bewohner, Besucher, Betreiber und Behörden.



Grillieren & Chillen am neugestalteten Schälisee-

Familienufer mit Sonnenliegen, Feuerschalen, Hängematten...

Apéro offeriert von der Gemeinde Täsch (äs het solang's het)

Wakeboarden für alle Einheimischen offeriert von

Schali Lago by Cervo



3. Fokus Thema «Camping»

Ausgangslage & Projektstand

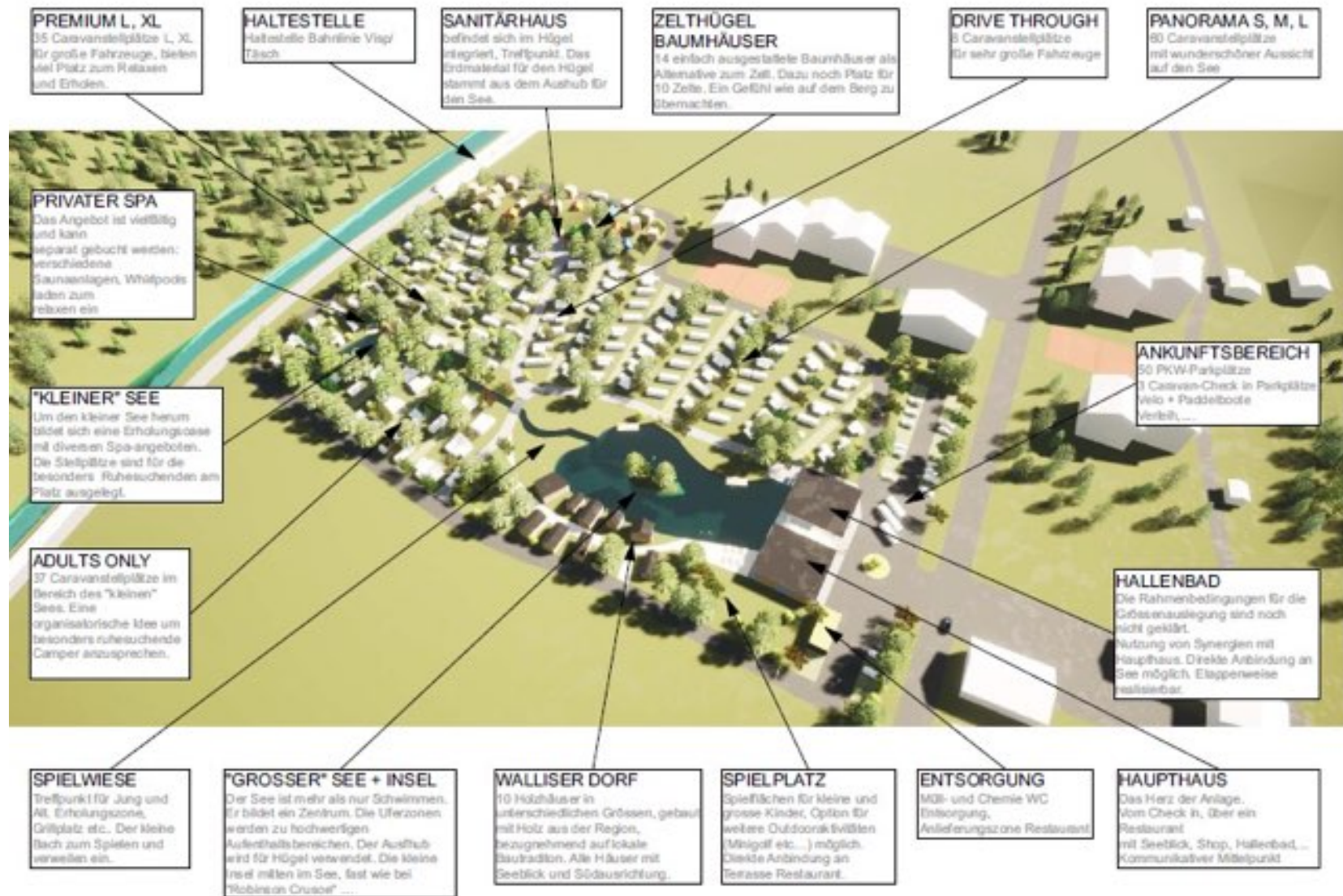
Ausgangslage

- Diverse Vorarbeiten und Studien
- Siehe Präsentation „Input Ausgangslage Camping“

Visualisierung Camping Täsch (Änderungen vorbehalten)



Visualisierung Camping Täsch (Änderungen vorbehalten)



4. Vorstellung Teilnehmende

Eingeladener Teilnehmerkreis Workshop Entwicklung Area Camping, 5. September 2024, Feuerwehrlokal Täsch

Vorname, Name	Organisation & Funktion	Funktion & Kompetenz im Workshop
Mario Fuchs	Gemeindepräsident Täsch	Politik
Annette Fux	Gemeinderätin Täsch	Politik
Daniel Roten	Gemeindepräsident Randa	Politik
Caroline Truffer	Geschäftsführerin Camping Alphubel Täsch	Camping lokal
Jacqueline von Siebenthal	Stv. Leiterin Geschäftsstelle Thun, reoplan	Vertreterin Monte Rosa, Täsch
Flavian.Schnider	Betrieb MGB	Vertreter MGB
Martin Blatter	Geschäftsführer Zermatters	Outdoor
Nico Berghöfer	Co-Founder Adventurly, Glamping in der Natur	Aussergewöhnliche Glamping-Formen
Christian Billau	Erlebnisplan ag: Destinationsentwicklung und Inszenierung	Methodische Leitung Workshop
Dario Perren	Präsident Verein 360 Grad Outdoor – Lebens- & Erlebnisraum inneres Mattertal	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 5.9.24

Vorstellung der Teilnehmenden

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 «Camping Area»?

Erwartungen an den Workshop & den Campingplatz Täsch

Mario: In puncto gesellschaftlicher Nachhaltigkeit (Personal, Wohnraum, Angebotsproblem für Einheimische) müssen Synergien genutzt werden zwischen dem Tourismusangebot und dem Angebot für die einheimische Bevölkerung, man muss einen Mehrwert bieten. Täsch und Randa haben in puncto Camping eine Monopolstellung gegenüber Zermatt, es wird ein Konkurrenzprodukt in diesem Segment in Zermatt geben. Daher sollte man ein Premiumprodukt planen, der Camping soll auch hier in die Strategie hineinpassen, wichtig ist ein ausgewogenes Angebot mit Mehrwert für Einheimische.

Daniel: Es benötigt einen Mehrwert für Touristen auch in Täsch/Randa, einen Grund zu bleiben, aber auch für die Bevölkerung und junge Familien, hier zu wohnen. Campen erlebt einen Boom mit grossem Potenzial für Mehrwert für Einheimische und auch Gäste.

Annette: Aus Sicht des Ressorts Tourismus der Gemeinde Täsch ist der Campingplatz wichtig. Erwartungen: viele neue Ansichten und Inputs.

Caroline: Der Campingplatz ist eine Ergänzung zum Angebot in Zermatt. Man sollte jedoch auf dem Boden bleiben und nicht einen 5*-Camping hinstellen. Der durchschnittliche Camper ist unkompliziert und ohne hohe Erwartungen.

Flavian: Täsch wird sicher belastet durch die Baustelle für den neuen Tunnel der MGB nach Zermatt. Mobilität ist auch für den Campingplatz wichtig, aus diesem Grund insbesondere auch der Ausbau der Monte-Rosa-Haltestelle. Wir sind offen.

Martin: Wichtig ist, die Einheimischen miteinzubeziehen und sich nicht nur auf den Tourismus zu konzentrieren. So ist es auch Anspruch von Zermatters, ganzjährig Arbeit für die Leute vor Ort zu generieren und Mehrwert zu schaffen.

Nico: Weiterentwicklung und Innovationen sind wichtig, und zwar solche, die sich auch halten können und wirtschaftlich getragen werden. Ganzjahrescamping wäre erstrebenswert, so ist Glamping auch von der Vermarktung her interessant. Camping alleine reicht heute nicht mehr, man muss mehr bieten.

Jacqueline: Die Eigentümer des Gebäudekomplexes Monte Rosa sind insgesamt nicht begeistert vom Camping-Projekt. Es besteht der Wunsch nach einer ganzjährig betriebenen Zughaltestelle vor dem Monte Rosa und einer transparenten Kommunikation. Man strebt eine Sanierung des Schwimmbads in nicht allzu ferner Zukunft an, möglicherweise könnten da Synergien in Bezug auf Nutzung und Finanzierung bestehen, dies müsste mit der Gemeinde besprochen werden. Wenn möglich bei der Planung des Campings zu beachten: Restauration und lärmige Anlagen eher auf der Rückseite und nicht auf der Monte-Rosa-Seite. Eine gemeinsame Tennisplatznutzung wäre durchaus vorstellbar. Die Eigentümer des Monte Rosa wünschen eine Protokollierung des heutigen Treffens und abgeholt zu werden.

Marc: Wünschenswert ist ein breites und spannendes, bezahlbares Angebot für Gäste, aber auch vor allem für Einheimische. Man muss innovativ aufbauen und erfrischend anders sein als 0815-Camping-Plätze. Überlegung zur Schaffung eines Basecamps für weitere neue Angebote, nicht für 5*-Touristen.

Nathalie: Wichtig wäre bei der Planung des Campingplatzes und der dazugehörigen Angebote, die Einheimischen nicht zu vergessen und nicht nur für Touristen zu planen. Der Camping muss auch einen Mehrwert für die lokale Bevölkerung bringen.

Dario: Nachhaltigkeit, Synergien, die Bewohner, eine ganzheitliche Entwicklung, der emotionale Aspekt, die finanzielle Ansicht, eine Ergänzung zu Zermatt, die Verkehrsentwicklung, zusätzliche Angebote für die Bewohner des Monte Rosas zu schaffen (Camper sind ein angenehmes Volk), die Generierung von Arbeit für die Genossenschaftler der Zermatters, ein Camping allein reicht nicht mehr, der Campingplatz muss zu uns, zum inneren Mättertal passen. Besucherlenkung und Mobilität dürfen nicht vergessen werden.

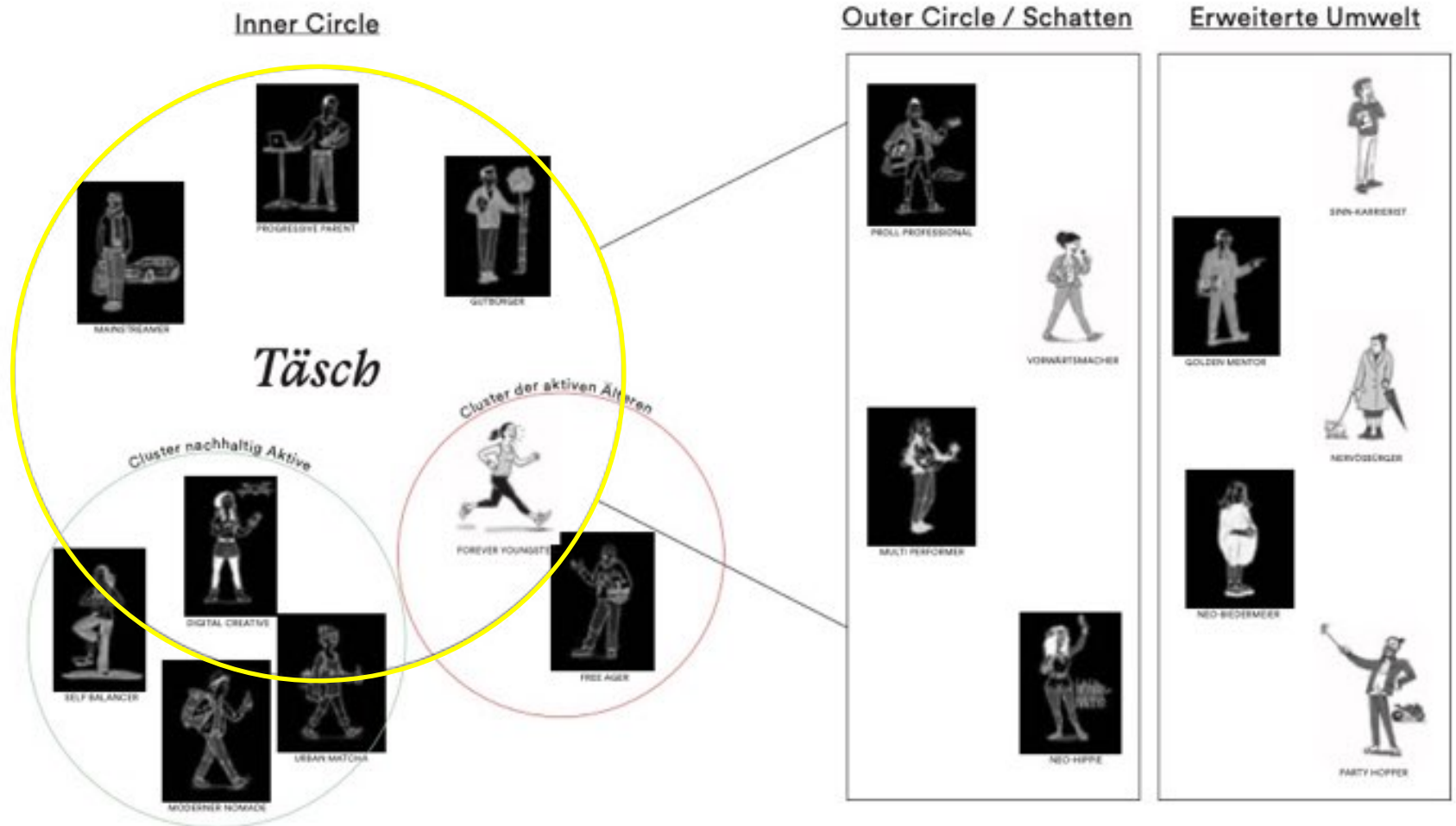
Christian: Die Sicht des Gastes, aber auch die Sicht des Bewohnenden und der Lebensraum dürfen nicht ausser Acht gelassen werden.

5. Vertiefung Ideenpool

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

5.1. Segmentierung

Zielgruppen - Segmente



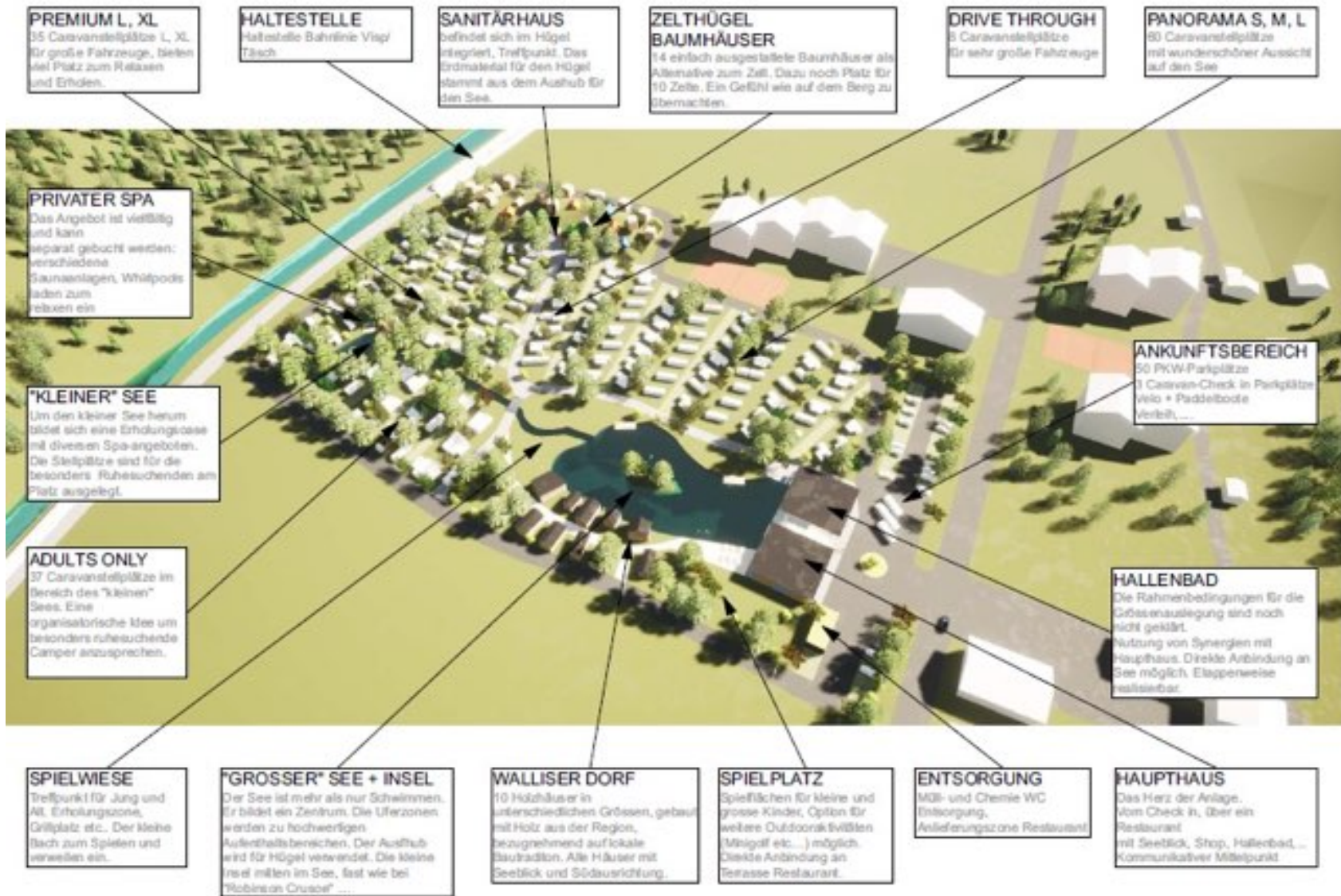
6. Verdichtung der Ideen & Vorarbeiten

Bisherige Arbeiten – Ergebnisse Konzepte Camping

Szenarien Camping Täsch

	<i>Stellplatz</i>	<i>Camping 2.0</i>	<i>Glamping</i>	<i>Glamping 2.0</i>	<i>Deluxe Glamping & Caravan Resort</i>
Empfangsgebäude Basisservice & Gästeinformation 1.0 (WLAN, Ver- & Entsorgung, Strom, Wasser)	✓	✓	✓	✓	✓
Gemeinschaftliche Sanitäranlagen (Duschen, Toiletten)	✓	✓	✓	✓	✓
Stellplätze 1.0 für Wohnmobile und Camper	✓	✓	✓	✓	✓
Zeltplätze	✓	✓	✓	✓	✓
Luxuriöse Stell- & Zeltplätze mit erweitertem Angebot (befestigt, beschattet, gedeckt)		✓	✓	✓	✓
Angebotserweiterung und Zusatzdienstleistungen (Spiel-/Sportplatz)		✓	✓	✓	✓
Glampingunterkünfte (PODs, Cubes, Pipes), beheizt			✓	✓	✓
Gästeinformation 2.0 mit Erweiterung des Empfangsgebäudes			✓	✓	✓
Gastronomieangebot – Restaurant, Bar			✓	✓	✓
Shopping und Vermietung – bspw. Ski, Bike und Wander-Equipment				✓	✓
Umstellung auf Ganzjahresbetrieb		✓		✓	✓
Events und Animationsbetrieb				✓	✓
Wellness & Spa					✓
Stellplatz mit privater Infrastruktur und Dienstleistungen (privater Sanitärbereich etc.)					✓
Erlebnis-Camping und Themenspezialisierung (bspw. «Matterhorn Basecamp»)					✓
Zusatzelemente: Boulderwand, Kletterturm, etc.					✓

Visualisierung Camping Täsch,
Stand 2024
(Änderungen vorbehalten)



Ziel des Meetings

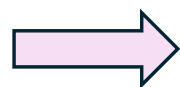


Evaluation (Priorisierung) von Aktivitäten & Projekten in der Camping Area als Basis für die Ausarbeitung des Masterplans und die Machbarkeitsabklärung/Realisierung

Themencluster 2: mittel- bis langfristig umsetzbar



- Alle drei Projekte passen thematisch in die Entwicklung des neuen Campings und können in diesem Zusammenhang einen erkennbaren Mehrwert darstellen



Weiteres Vorgehen: Integration des Themas in den Workshop Camping am 5.9.24

Ideenpool Erlebnis Camping

Sport- und Schulschwimmbecken

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



Badeteich / Eisbaden

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



Naturerlebnisbad

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



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.



Saunadorf


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




Baumhäuser



Spielplatz



Private Spa



Multifunktions Sportplatz



Walliser Dorf



Gastroangebot



Glamping Angebot



Ideenpool



**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:

Kids Club

Küche zum
selber
kochen

Activity
Programm

Zeltwiese

Parents-free
Zone

Indoor
Spielplatz

Bike Rentals

24-hours
Shop

Kinder-zelten

Angebot mit
Tieren /
Streichel-zoo

Familien
Sanitär-
anlage

Parkplatz für
Wild Camper

Social Area /
Co-Working
Space

Merchandi-
ng

Regional-
produkte
Shop

Romantik /
Sterne
Angebot

Eure Favoriten

Vertiefung Ideen zu Aktivitäten & Projekte

Gruppeneinteilung

1. Mario Fuchs, Jacqueline von Siebenthal
2. Daniel Roten, Nico Berghöfer
3. Caroline Truffer, Flavian Schnider
4. Annette Fux, Martin Blatter

Verdichtung Ideen

2. Vorstellung der Ergebnisse pro Gruppe

Schritt 1 - Ranking

1
2
3
4
5
...

Eure
Favoriten

Verdichtung Ideen

Was sind Eure Favoriten?!

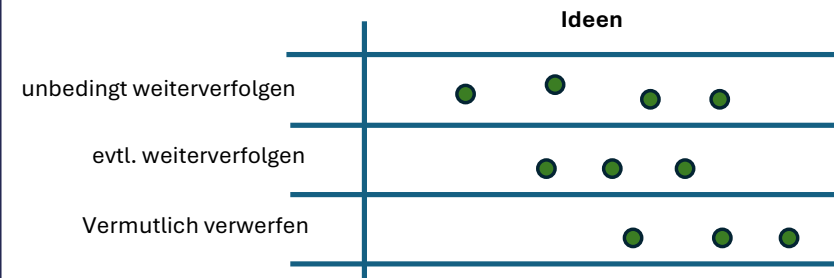
2er Gruppenarbeit → 4 – 5 Gruppen

Schritt 1 - Ranking



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

Schritt 2 - Gegenüberstellung

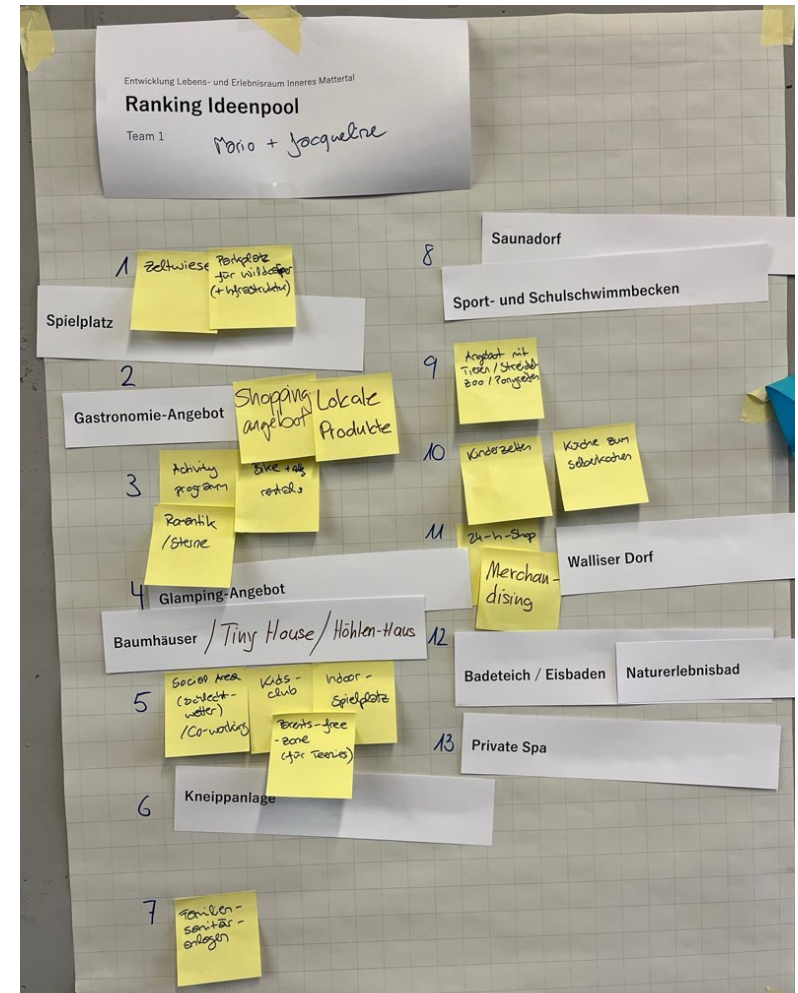


Die Rankings werden ausgewertet und die 5 überzeugendsten Ideen identifiziert

Verdichtung Ideen - Ergebnisse

Gruppe 1: Mario & Jaqueline

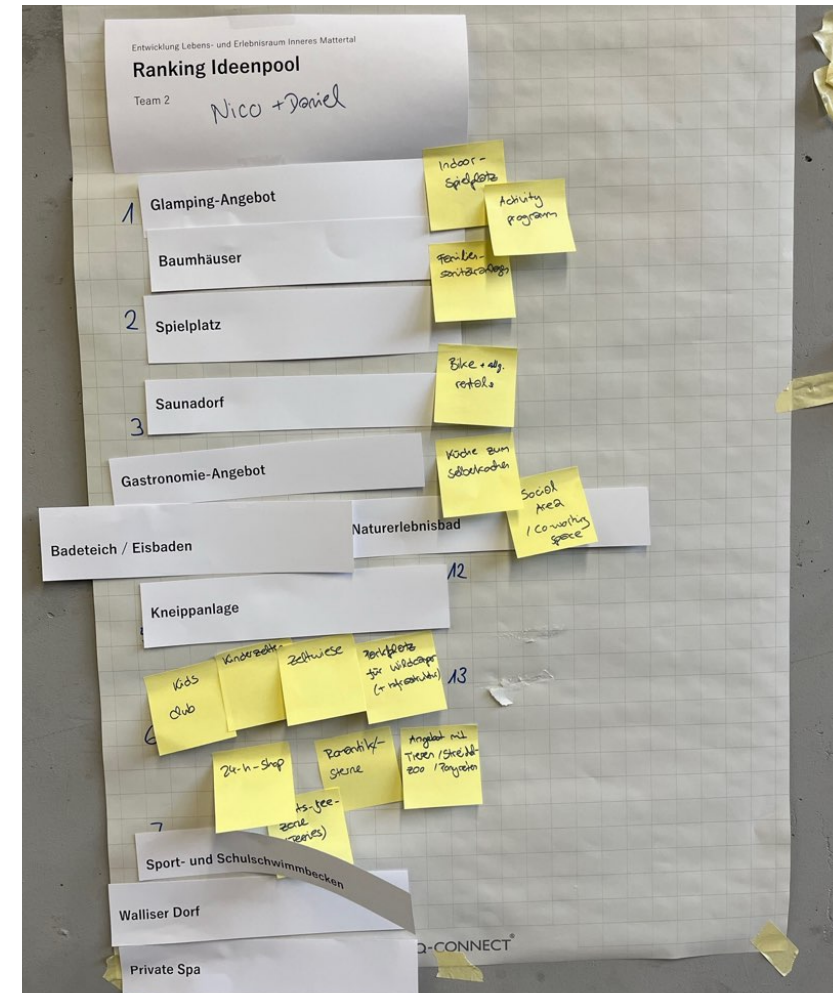
1. Parkplatz & Spielplatz
2. Shoppingangebot mit lokalen Produkten
3. Aktivitätsprogramme
4. Glamping-Angebot, Tiny Houses etc.
5. Schlechtwetterangebot, Social Area, Kids club, Indoorspielplatz
6. Kneippanlage
7. Familiensanitäranlage
8. Saunadort, Schul-/Sportschwimmbad > nice to have
9. Angebote mit Tieren
10. Kinderzelten, Küche zum Selberkochen
11. Merchandising (Walliser Dorf gibts schon real in Zermatt, muss hier nicht als billige Kopie inszeniert werden)
12. Badeteich (Schalisee existiert ja schon, daher Teich unnötig)
13. Private Spa nicht nötig



Verdichtung Ideen - Ergebnisse

Gruppe 2: Nico & Daniel

1. USP-Angebote wie Glamping-Angebote, Baumhäuser, Indoor-Spielplatz, Activity-Programm, Familiensanitäranlagen
2. Spielplatz
3. Saunadorf, Bike & allg. rental
4. Gastronomieangebot, Küche zum Selberkochen
5. Badeteich, Eisbaden, Naturerlebnisbad, Social Media, Coworking Space
6. Kneippanlage,
7. Kids Club, Kinderzelten, Zeltwiese, Parkplatz für Wildcamper (&Infrastruktur)
8. 24h-Shop, Parents-free-Zone, Romantik/Sterne, Angebot mit Tieren/Streichelzoo/Ponyreiten
9. Sport- und Schulschwimmbecken
10. Walliser Dorf
11. Private SPA



Verdichtung Ideen - Ergebnisse

Gruppe 3: Caroline & Flavian

1. Parkplatz & Spielplatz
2. Shoppingangebot mit lokalen Produkten
3. Aktivitätsprogramme
4. Glamping-Angebot, Tiny Houses etc.
5. Schlechtwetterangebot, Social Area, Kids club, Indoorspielplatz
6. Kneippanlage
7. Familiensanitäranlage
8. Saunadorf, Schul-/Sportschwimmbad > nice to have
9. Angebote mit Tieren
10. Kinderzelten, Küche zum Selberkochen
11. Merchandising (Walliser Dorf gibts schon real in Zermatt, muss hier nicht als billige Kopie inszeniert werden)
12. Badeteich (Schalisee existiert ja schon, daher Teich unnötig)
13. Private Spa nicht nötig

Private Spa, Kneippanlage, Saunadorf eher nicht, 24h-Shop eher nicht, da Täsch genug Shopmöglichkeiten, Kinderzelten eher nicht da gefährlich

Entwicklung Lebens- und Erlebnisraum Inneres Mattertal
Ranking Ideenpool
Team 3 Caroline + Flavian

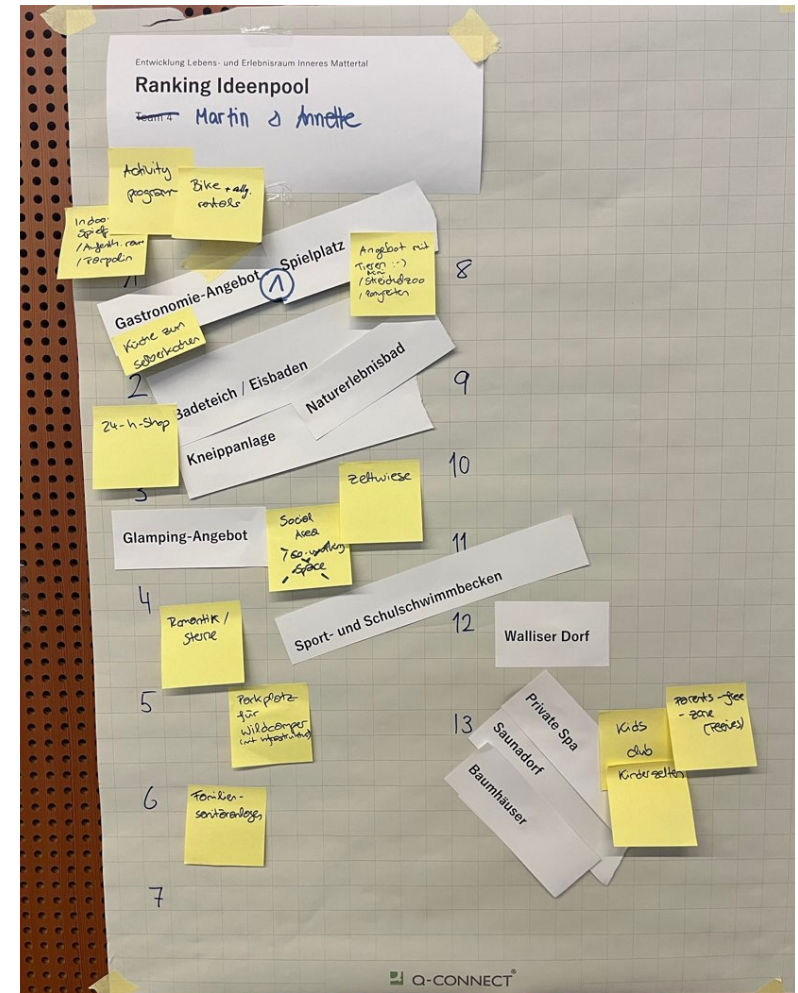
- 1 Spielplatz
- 2 Sport- und Schwimmbekken Kids club
- 3 Küche zum Selberkochen Zeitweise Pensions-free zone (Teeset) Kochen - Sanftanalog
- 4 Walliser Dorf Activity-programm Bike rally rentals Social Area / Coworking Space
- 5 Erlebnis Gastronomie-Angebot Angebot mit Tieren / Zoodier / Zoo / Tiergarten Zooersatz für Wildkasper (Inkubator) Indoor-Spielplatz
- 6 Glamping-Angebot Romantik / Sterne
- 7 Baumhäuser
- 8 Naturerlebnisbad / Schalisee / Eisbahn
- 9 Badeteich / Eisbaden 24h-Shop Lärm?
- 10 Private Spa Kinderzeltchen & mehr beim Wä Comper
- 11 Kneippanlage
- 12 Saunadorf

Verdichtung Ideen - Ergebnisse

Gruppe 4: Martin & Annette

Folgende Angebote sind nicht nötig: Spa, Private Spa, Saunadort, Parents-free-Zone (weil Trennung Familie), Baumhäuser, Kids Club nicht, Walliser Dorf haben wir schon.

1. Gastronomieangebot, Spielplatz, Küche zum Selbstkochen, Angebot mit Tieren, Bike & allg. rentals, Activity programm, Indoor/Schlechtwetterprogramm
2. Badeteich Eisbaden, Kneippanlage, Naturerlebnisbad (etwas mit Wasser), 24 h Shop
3. Glampingangebot, Social Area, Zeltwiese (was will man sein?) (kein Coworking Space, Familie nicht separieren)
4. Romantik
5. Parkplatz für Wildcamper nicht unbedingt nötig, eher Gemeindeproblem
6. Familiensanitäranlagen



Verdichtung Ideen: Zusammenfassung der Ergebnisse

- Das Thema Familien mit grossem Spielplatz soll mit im Fokus bei der weiteren Planung stehen.
- Alles was mit SPA/Saunadorf zu tun hat, wird durchweg von allen als eher nicht relevant eingestuft und könnte in der folgenden Planung vernachlässigt/ausgeschlossen werden. (Energieaufwand/Bewirtschaftung/Unterhalt etc.)
- Die klassische Zeltwiese um den Camping-Groove /Mix auf einem Campingplatz zu erhalten, wird durchweg als erstrebenswert eingestuft. (evtl. Konkurrenz zum bestehenden Camping Randa?).
- Das Thema Wasser (evtl. kleine Wasserläufe/-oasen? für Kids) sollte mit aufgenommen werden.
- Die Schaffung einer Gastronomie mit Volumen/Kapazitäten wird als weiter verfolgbar eingestuft, damit auch Besuchende über Campinggäste hinaus bedient werden können.
- Um das Wild Campen in der Region zu reduzieren könnten Parkmöglichkeiten für Wildcamper vor dem Gelände (Zugang 7/24) geschaffen werden.
- Das Thema Animation und Aktivitätenprogramm bis hin zu Vermietstation von Bikes/E-Bikes oder weiteren Material in Kooperation mit bestehenden Anbietern ist gewünscht
- Die Einbindung von Tieren (Ponyhof, Streichelzoo, Gehege mit Kleintieren, etc.) ist für das zukünftige Angebot wichtig.
- Der Dienstleistungsausbau der MGB-Station «Monte Rosa» spielt im Rahmen des nachhaltigen Mobilitätskonzepts eine wesentliche Rolle und wird als grossen Mehrwert wahrgenommen (auch für die Eigentümer der Residenz «Monte Rosa»)

7. Abschluss & next steps

Iterativer Projektentwicklungsprozess



Grobe Roadmap



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