



Area Nature Lover - Täschalp

Workshop
6. September 2024
9.30 – 12.30 Uhr
Täschalp Lodge



1. Begrüssung, Agenda und Ziel des Workshops

Agenda – Workshop «Nature Lover - Täschalp», 5. September 2024

1. Begrüssung (5min, Dario Perren)
2. Intro Gesamtprojekt (15 min, Nicole Diermeier)
3. Fokus Thema Nature Lover – Täschalp (20 min):
 1. Inputreferat zum Thema «schützenswerte Landschaft» (10min, Tanja Kruzer, Biologin DWNL) – fällt krankheitshalber weg
 2. Inputreferat zum Thema «Alpwirtschaft – Best Practice aus dem Kanton Schwyz» (10min, Vendelin Coray, Geschäftsführer Schwyz Tourismus AG)
4. Vorstellung der Teilnehmenden (35 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 «Nature Lover»?
5. Vertiefung Ideenpool (60 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 (25 min, Christian Billau)
7. Abschluss und Next Steps (5 min, Nicole Diermeier)
8. Apéro

«Die Berge darum herum sind hoch, die Gipfel kaum sichtbar.
Die einen verspüren den Ort als enges Mini-Bergtal, andere spüren
Geborgenheit und Alpenromantik.

Weiter im Tal hinten: von Menschen unberührte Berglandschaft mit
Pioniervegetation.»

Highlights:
Alpwirtschaft mit Kühen und Käserei
reiche Alpenflora
kristallklarer Bergbach namens Mellichbach
Kapelle

Auszug aus der Website von Zermatt Tourismus zum Thema «Täschalp» (<https://www.zermatt.ch/Media/Attraktionen/Taeschalp>)

Ziel des Meetings



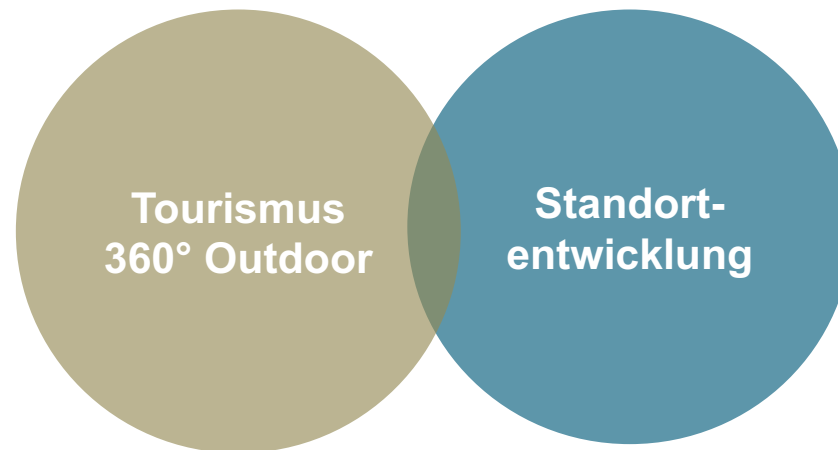
**Evaluation von Aktivitäten & Projekten in der
Nature Lover Area als Basis für die
Ausarbeitung des Masterplans und die
Machbarkeitsabklärung/Realisierung**

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.

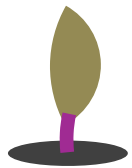
Den visionären Weg zu den grossen, längerfristig realisierbaren Zielsetzungen bewältigen wir mit sogenannten Quickwins. In dem wir schnell ins Tun kommen, schaffen wir für unsere Anliegen Sichtbarkeit, Glaubwürdigkeit und neue Erkenntnisse.

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



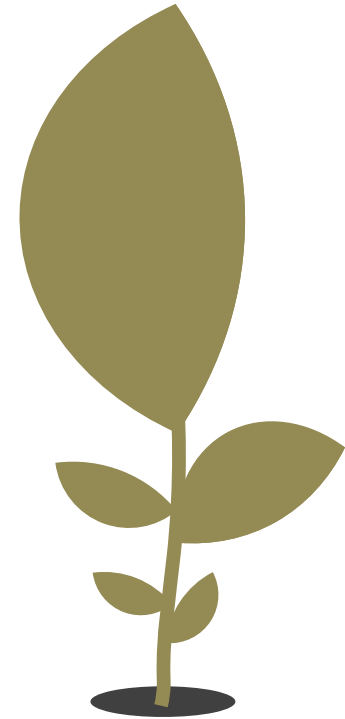
**Aufbau Struktur,
Gründung
Verein, 25.8.23**

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

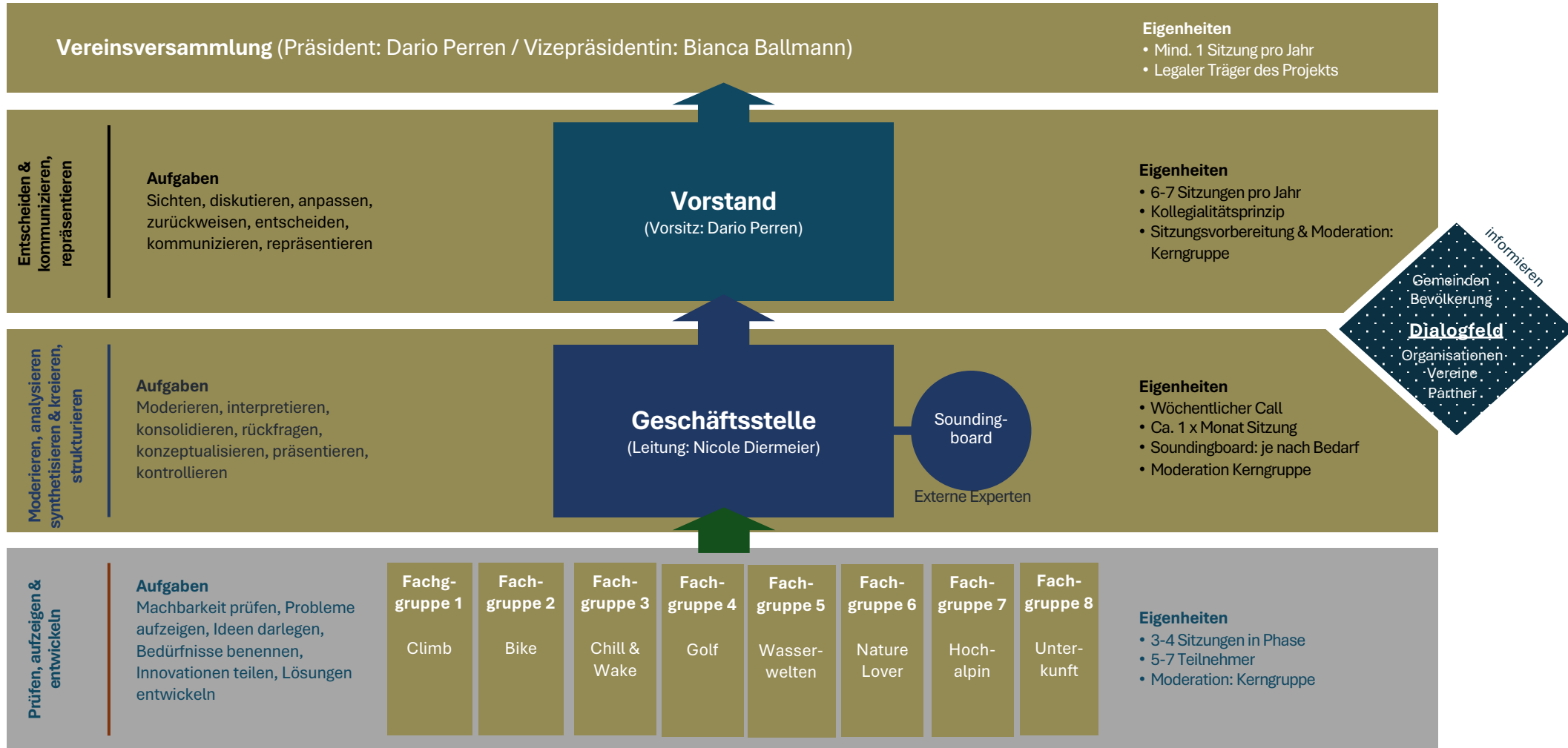
Vereinsmitglieder



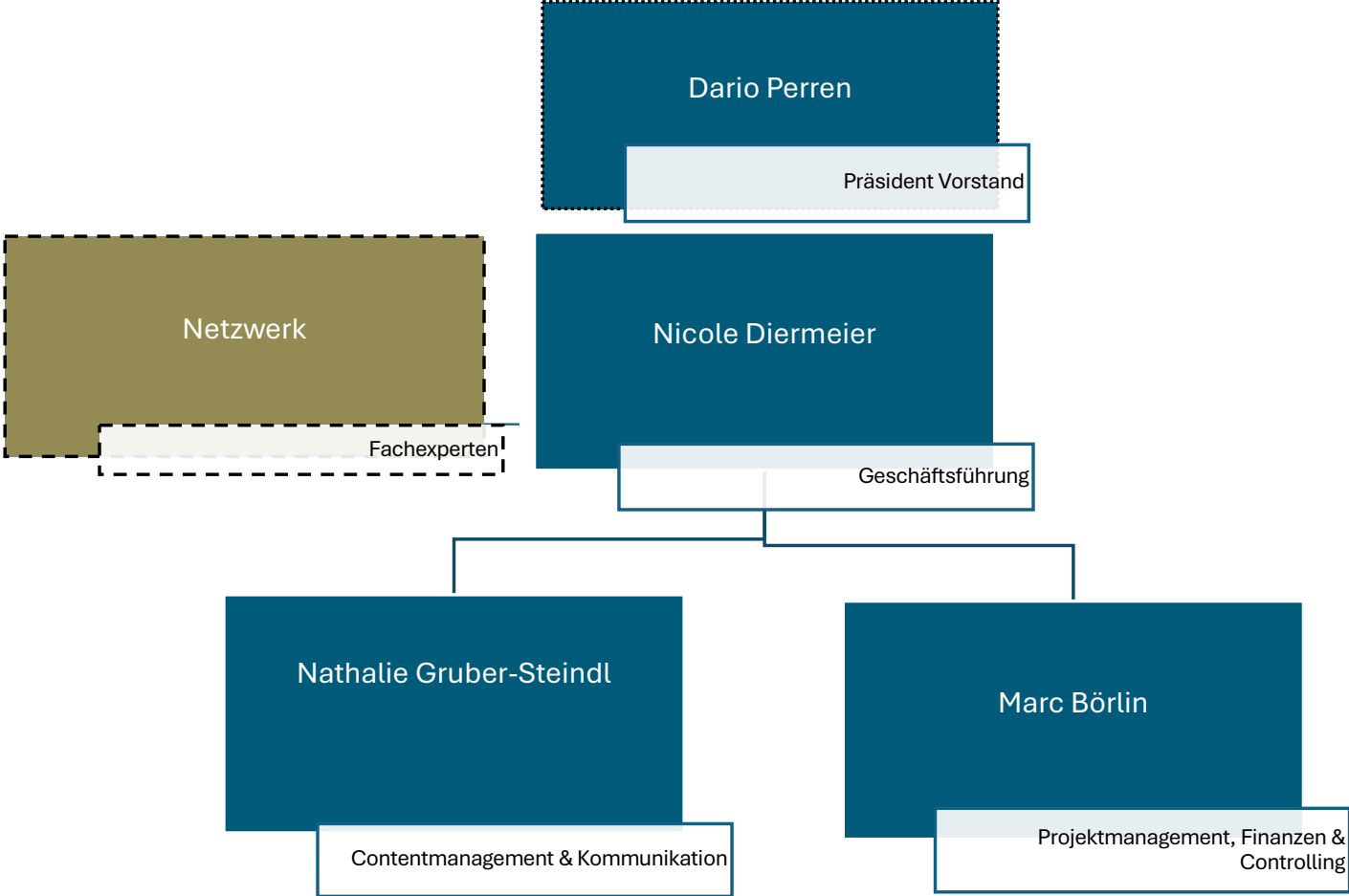
Vorstand:

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

Gremien «Verein «360° Outdoor-Erlebnisraum»



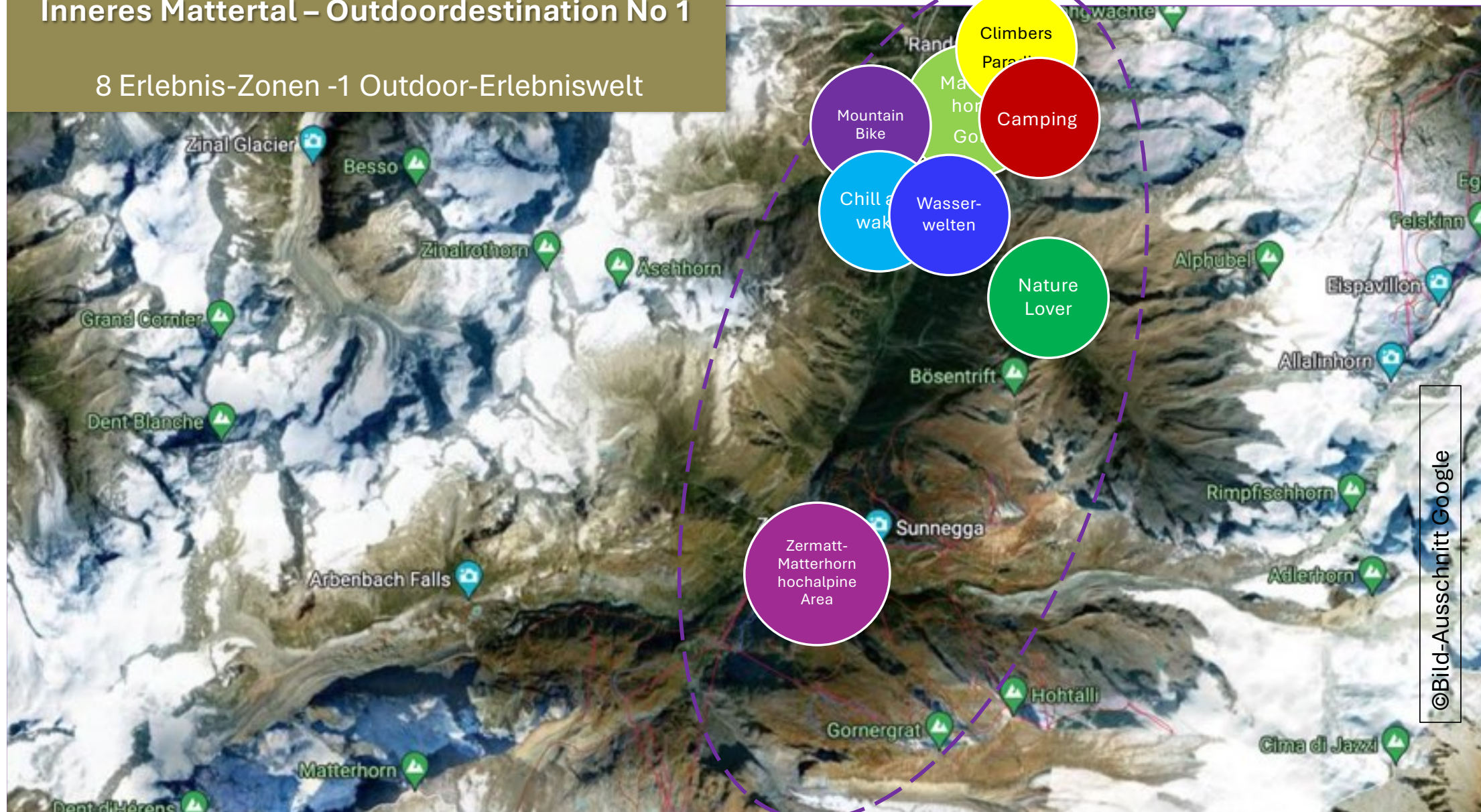
Organigramm Geschäftsstelle*



*Sämtliche Personen sind im Auftragsverhältnis auf Mandatsbasis engagiert.

Inneres Matternal – 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 Naturpark (Zoo) besteht aus mehreren Wäldern oder Wäldern, die durch verschiedene Elemente (Schiffen, Bäumen etc.) verbunden sind.



Status: Synergie Nature Ninja Warrior Parcours

Netzpark – Tree Nets

Der Netzpark ist ein ungewöhnliches Natur- und Erlebnisangebot direkt in den Bäumen.



Status: Synergie Nature Ninja Warrior Parcours

Indoor Kletterhalle

Das ist eine Indoor-Kletterhalle, die 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 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 Kissen oder Matten 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 Rätsel 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 Wasserwerken, 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 möglichst wenigen Schlägen vom Abschlag in das Loch zu spielen, wobei verschiedene Golfschläger benutzt werden.



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



FlingGolf

FlingGolf ist eine Sportart, die einfach zu erlernen ist. Du spielst auf einem beliebigen Golfplatz, aber anstelle eines Golfballs mit einem Softball zu schlagen, benutzt du einen riesigen New Swann FlingStick, um den Ball zu schaukeln und jeden Schlag vom Abschlag bis zum Loch zu gestalten. Du kannst sogar in einer Vereinsgruppe mit handverählten 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...

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	5,9
Gesellschaftlich / Sozokulturell	5,5



Naturerlebnisbad

Baden fast wie im See, im Naturerlebnisbad wird Badeguss 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 Gefrierpunkt, wobei man bis zur Brust ins Wasser steigt. Durch die plötzlich einströmende Kälte ist unser Körper einem starken Temperaturstoß 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	5,8



Wasserwelten Area: Priorisierung der Projekte

Themenwege / Lehrpfade rund um Wasser

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



Bewertungskriterien	
Leuchtpotenzial	4,9
Umsetzungsfähigkeit (kurz langfristig)	5,1
Innovationsgrad	4,8
Ökonomisch	4,8
Ökologisch	4,6
Gesellschaftlich / Soziokulturell	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 ungewohnte Erlebnisse zu schaffen. (Beispielsweise eine Gletscherwasserbar, Trinkwasser-Tastings, etc.)



Bewertungskriterien	
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 glöcklich einwirkende Kälte ist unser Körper einem starken Temperaturstoß ausgesetzt.



Bewertungskriterien	
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.



Bewertungskriterien	
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.



Bewertungskriterien	
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.



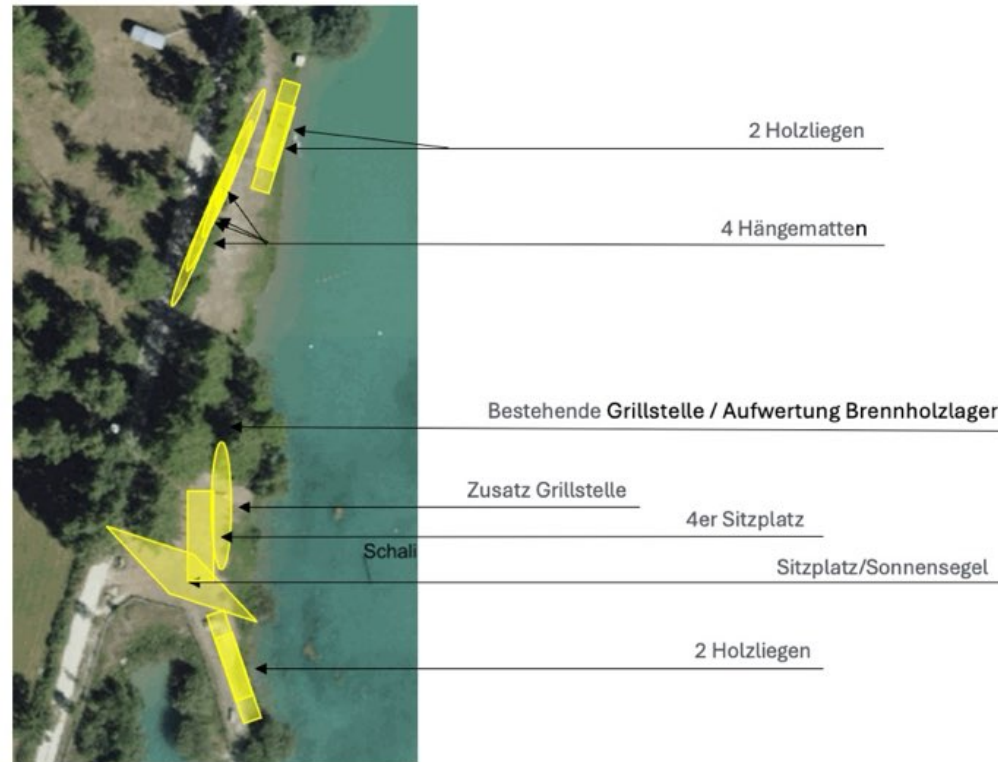
Bewertungskriterien	
Leuchtpotenzial	5,9
Umsetzungsfähigkeit (kurz langfristig)	5,8
Innovationsgrad	4,8
Ökonomisch	5,8
Ökologisch	4,4
Gesellschaftlich / Soziokulturell	5,8



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 «Nature Lover - Täschalp»

Inputreferate

3.1 Vendelin Coray

4. Vorstellung Teilnehmende

Teilnehmende Workshop Entwicklung Nature Lover Area «Täschalp», 6. September 2024, Täschalp

Vorname, Name	Organisation & Funktion	Funktion & Rolle im Workshop
Annette Fux	Gemeinderätin Täsch	Politik
Markus Schwizer	Gemeinderat Täsch	Politik
Simon Imboden	Gemeinderat Randa	Politik
Fabrizio Gull	Leiter Partnermanagement Zermatt Tourismus	Tourismus
Gela Lerjen	Inhaberin & Geschäftsführerin Täschalp Restaurant & Lodge	Hotellerie & Gastronomie Täschalp
Yannic Lerjen	Skischulleiter, Stv. Geschäftsführer Restaurant & Täschalp	Hotellerie & Gastronomie Täschalp
Paul Tscherrig	Chalet Besitzer Täschalp	Interessens-Vertreter Chalet Besitzer Täschalp
Chantal Bittel	Marketing & Feedback Managerin zbag	Bergbahnen
Vendelin Coray	Geschäftsführer Schwyz Tourismus AG & Projektleiter NRP Alpwirtschaft	Tourismus & Landwirtschaft im Alpenraum
Angelica Brunner	Geschäftsleiterin Valrando	Wanderwege & Netzwerk
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 6.8.24

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 «Nature Lover Area»?

Für das Protokoll festhalten

Annette: Die Vertreter der **Landwirte und die Alpwirtschaftskommission** wurden aufgrund eines Missverständnisses innerhalb der Gemeinde nicht zu diesem Workshop eingeladen. Es wird ein weiteres Treffen geben, um die Ergebnisse des Workshops gemeinsam zu besprechen und auf die Wünsche und Bedürfnisse dieser wichtigen Akteure einzugehen.

Nachtrag Geschäftsstelle: das Treffen mit Vertretern der Alpkommission, des Gemeinderats Täsch sowie der Initiative Mattertal.Aktiv fand am 16. September 2024 um 17.30 Uhr in Täsch statt. Die Alpkommission wird zukünftig aktiv in die weiteren Entwicklungsschritte einbezogen.

Erwartungen der Teilnehmenden

Markus: Die Täschalp ist ein Ort ohne Massentourismus, hier wäre es wichtig, die Leute für die Alpwirtschaft zu sensibilisieren. Allein auf dem Weg zur Täschalp könnte man für die Besucher einen Themenweg über Alpwirtschaft, Naturgefahren und alles, was es hier oben gibt, anlegen.

Paul: Die Machbarkeit einer Schualpwirtschaft für Besucher wurde bereits in der Vergangenheit geprüft und hat sich als schwierig umsetzbar herausgestellt. Dies aufgrund des vollen Tagesprogramms der Mitarbeitenden, die oftmals 14-Stunden-Tage haben, aber auch aus Hygienegründen. Jeder Besucher ist hier willkommen, aber von der Organisation her ist eine Schualpwirtschaft kaum möglich. Es werden jedoch verschiedene Events für die Bevölkerung organisiert wie der Alpauf- und -abzug sowie der Täschalplauf. Wichtig ist das Miteinander, wie man es auch bei der Einführung der Auenlandschaft gesehen hat. Einschränkungen für die Alp wären problematisch, da die Betreiber ihre Freude an der Arbeit verlieren könnten.

Gela: Wichtig ist die Kommunikation mit den einzelnen Personen. Die Alpwirtschaft ist keine Illusion, sondern hat Potenzial, es benötigt einfach einen Anfang/Ansatz, denn die Nachfrage, auch nach den Produkten ist riesig. Ein sanfter Angebotsausbau wäre eine enorme Bereicherung. Die Aussicht hier ist herrlich, Flora und Fauna bieten enormes Potenzial (rund 900 verschiedene Pflanzen, eine davon gibt sogar nur auf der Täschalp und nirgendwo sonst). Man könnte eine einfache Wandertour auf den Rinderberg anbieten (2,5 h Gehzeit), mit Infotafeln, um Gäste und Einheimische für diesen aussergewöhnlichen Ort zu sensibilisieren.

Yannick: Das Gebiet um die Täschalp ist ein Rohdiamant, der noch geschliffen werden muss. Wichtig ist es, Synergien zu schaffen und diese so gut wie möglich zu nutzen.

Annette: Die Täschalp als Ort ist relativ heikel. Es benötigt einen sanften Tourismus, denn die Einheimischen möchten hier meist nichts Neues. Alles was man hier schaffen würde, müsste vereinbar sein, daher gespannt ...

Fabrizio: Das Gebiet rund um die Täschalp hat als unberührtes Tal grosses Potenzial, das es in Wert zu setzen und zu erhalten gilt. Schön wäre es, die Natur, Flora, Fauna und Kultur für Einheimische, aber auch Gäste zugänglich zu machen und einen Bezug herzustellen.

Simon: Der soziale Aspekt und die Alpwirtschaft ergänzen einander und es gibt schöne Möglichkeiten in dieser Region. Bedenken: Es ist heikel, wenn die Einheimischen nicht abgeholt werden.

Angelica: Anliegen: Wandern ist gratis, man benötigt nichts ausser seinen Wanderschuhen und man kann gut einen Tag verbringen, ohne Geld auszugeben. Daher benötigt es ein gutes Grundnetz für Wanderer und Biker (konfliktfrei, gut markiert mit Highlights, Themenweg). Wichtig ist es, einen Kraftort in der Region zu haben und Leute aus der Region hierherzubringen, die die Täschalp noch nicht kennen.

Chantal: Die Täschalp vermittelt ein Gefühl der Ruhe, des Rückzugs, der Zufriedenheit. Erwartung: Den Ort für die lokale Bevölkerung aufzuwerten, aber auf eine sanfte, ruhige und gute Art.

Dario: Die Täschalp als Area bietet sicher Herausforderungen. Im Mittelpunkt müssen der Erhalt und die Besucherlenkung stehen. Der Ort darf nicht von Touristen überflutet werden, muss aber trotzdem erhalten werden.

Marc: Der Spagat mit den Ressourcen vor Ort einen sanften Tourismus zu bieten und trotzdem Angebote zu schaffen, scheint schwierig.

Nathalie: Anliegen: Dieses einzigartige Tal darf als einer der letzten ruhigen, nicht von Touristen überlaufenen Orte der Gegend keinesfalls zum Instagram-Hotspot werden, sondern muss als Kraft- und Ruheort erhalten bleiben.

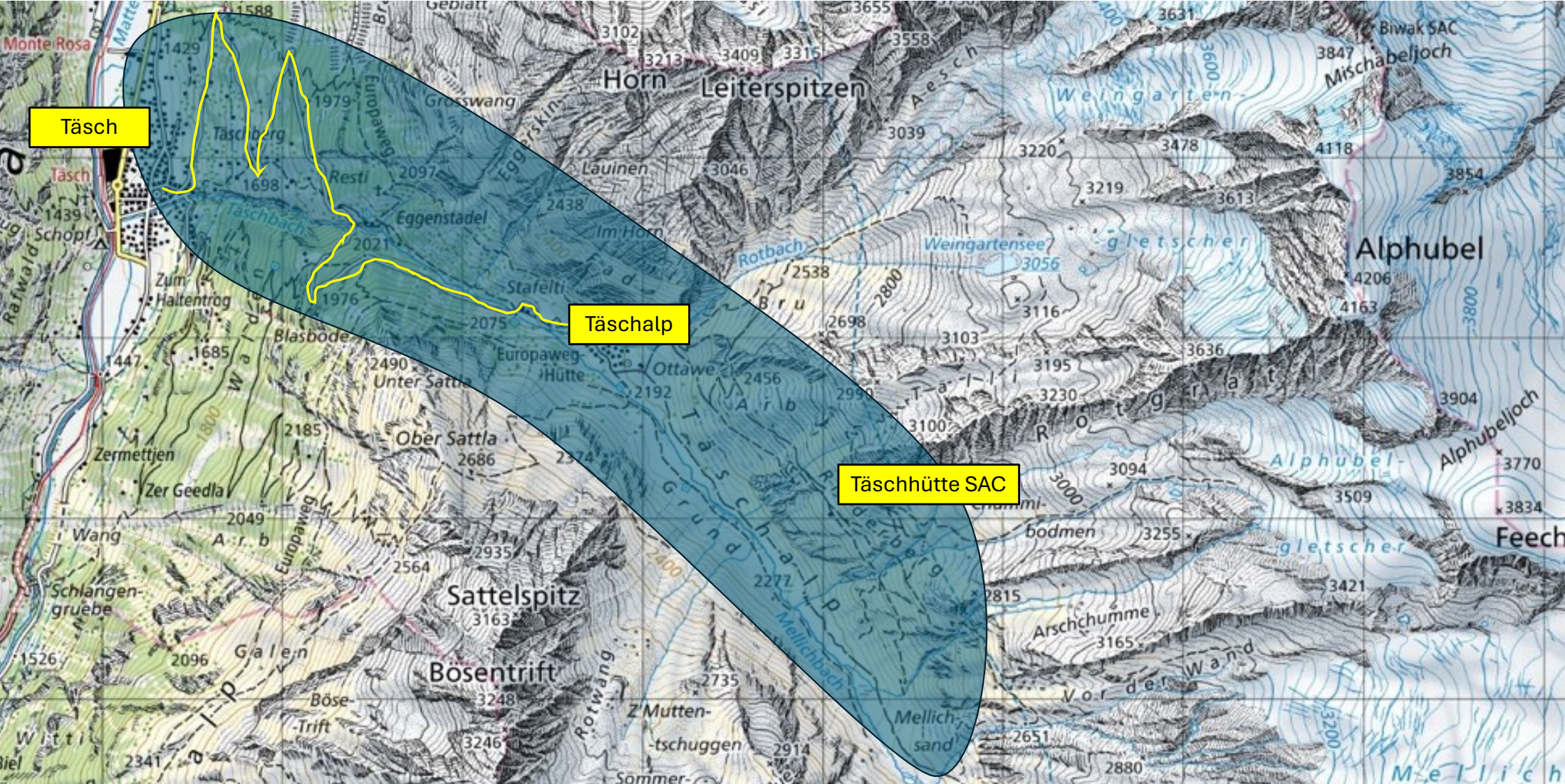
Christian: Für die Täschalp wäre ein Angebot zum Erleben der Alpwirtschaft wünschenswert.

5. Vertiefung Ideenpool

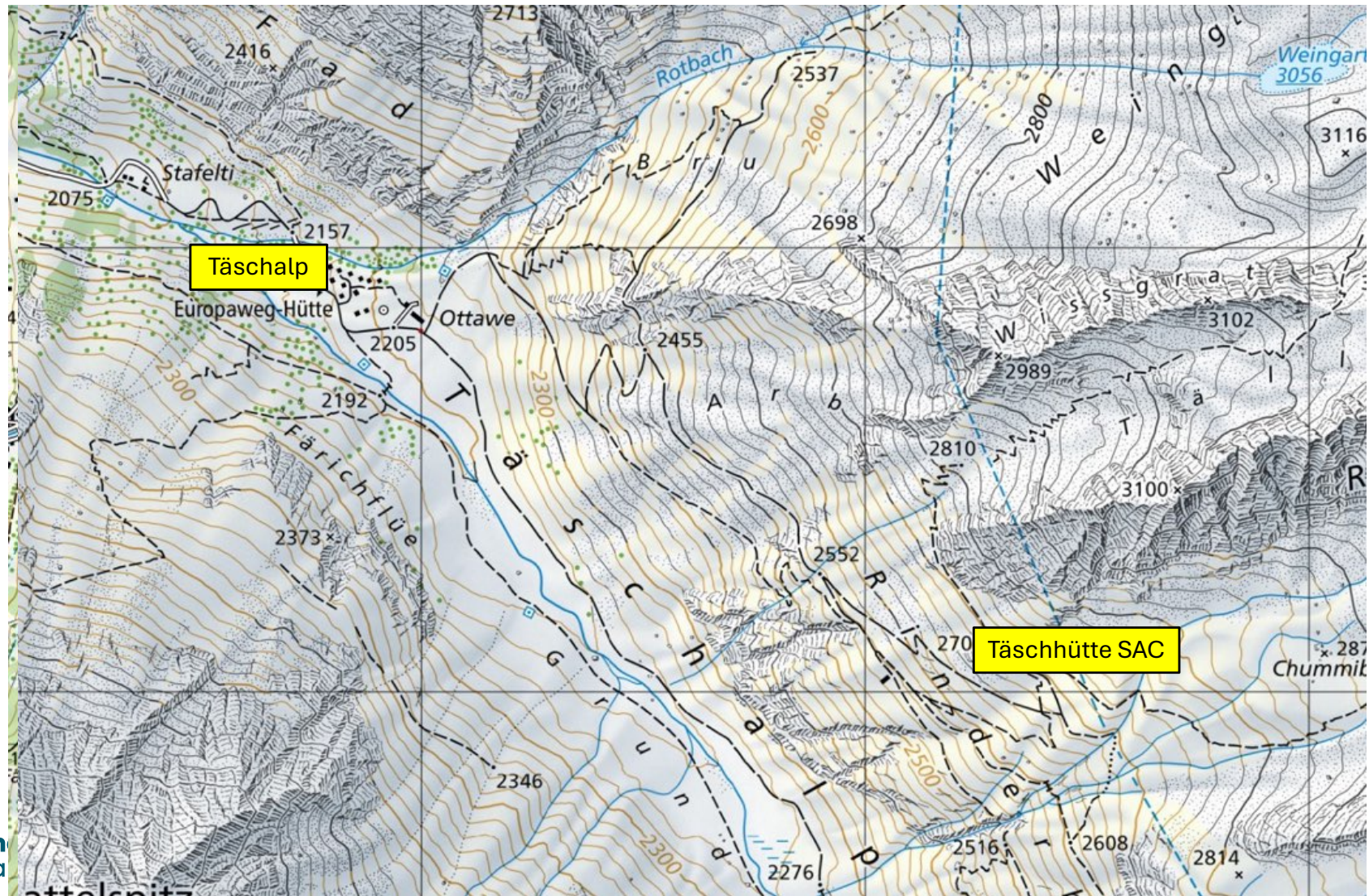
*Besprechung des bestehenden Ideenpools sowie Einbezug von
zusätzlichen neuen Ideen resp. bestehenden Projekte der Teilnehmer.
Bewertung der einzelnen Ideen gemäss Raster*

Betrachtungssperimeter

Perimeter Nature Lover - Täschalp



Perimeter Nature Lover - Täschalp



Perimeter Nature Lover - Täschalp



5.1. Segmentierung



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



Persona in the Sinus-Milieus

- Postmaterialist
- Performer
- Digital Cosmopolitan

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 motives
I want ...

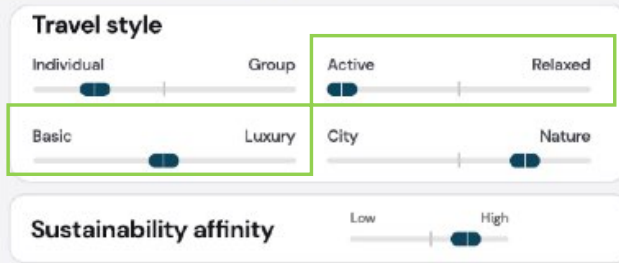
- ... to experience the hot spots in my sport.
- ... authentic and challenging adventure/ experience.
- ... to take a break from everyday life.
- ... to go off the beaten track.
- ... room for exploring new things.
- ... freedom and independence.

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 50%
 3. Sightseeing 54%
 4. Staying at the sea 52%
 5. Outdoor sports 51%



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

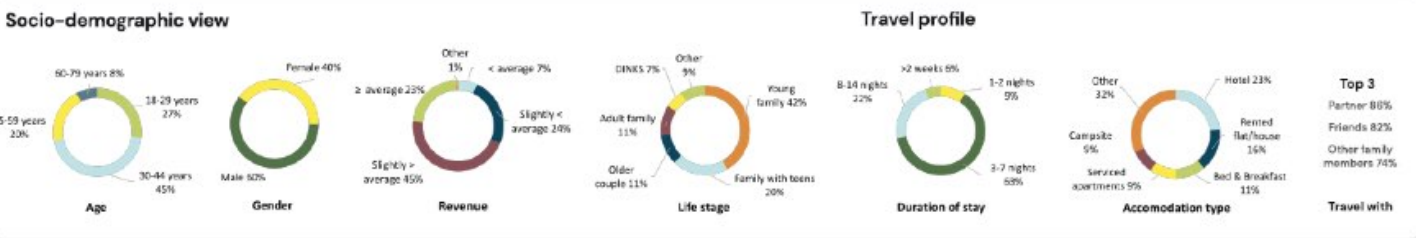
Holiday in CH in the past 67%

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



Keine Übereinstimmung



MAX

0%



QUINN

0%

Teilweise Übereinstimmung



JO

61%



PAT

47%



KRIS

12%



8%

6. Verdichtung der Ideen

Ziel des Workshops



**Evaluation von Aktivitäten & Projekten in der
Nature Lover - Täschalp 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
Ökologische Nachhaltigkeit	Rentabilität
	Besucher (Frequenz)
	Mobilität: Verkehrsanbindung / Erreichbarkeit
	Beinflussung Natur- und Landschaft
Gesellschaftlich / Soziokulturelle Nachhaltigkeit	Energieverbrauch (Strom, Wärme, etc.)
	Ressourcenverbrauch (Wasser, Boden, etc.)
	Bedürfnisbefriedigung Einheimische
	Regionale Identitätstiftung
	Kulturelle Bedeutung
	Koordination und Kooperation Locals

Ideenpool (13 Ideen aus dem Ideenpool «Nature Lover» bewertet)


Themenwege/Lehrpfade

Schwerpunkt Geologie, Geologie, Flora/Fauna

Ein Lehrpfad, auch Lernpfad oder Themenweg, ist ein abgegrenzter Teil einer Landschaft, der entlang der Landschaftsstruktur und/oder der Landschaft oder auch durch bereits besetzte Gebiete führt.




Kriterium	Werte
Leuchtkennzeichnung	5,0
Umweltverträglichkeit (Beeinträchtigung)	6,0
Wartungsaufwand	4,0
Ökonomie	6,0
Ökologie	5,0
Sozialverträglichkeit / Sozialkultur	5,0



Erlebnisse und Inszenierung rund um Trinkwasser

Wasserbesichtigungen bieten Naturerlebnisse der Mühsamkeit, einheimische Tiere in ihrer natürlichen Umgebung zu erleben. Diese Aktivitäten sind ein geliebtes Hobby, das von erfahrenen Naturführern begleitet werden, um die Tiere ohne Störung zu beobachten und gleichzeitig die Schönheit der Tierwelt zu bewundern. Wasserbesichtigungen fördern das Bewusstsein für den Naturschutz und die Erhaltung der Tierwelt.




Kriterium	Werte
Leuchtkennzeichnung	4,0
Umweltverträglichkeit (Beeinträchtigung)	5,0
Wartungsaufwand	4,0
Ökonomie	4,0
Ökologie	5,0
Sozialverträglichkeit / Sozialkultur	5,0




Naturkurse

Naturkurse als touristisches Erlebnis in einer Alpen bieten eine tolle Verbindung zur Natur und umfassen eine Vielzahl von Aktivitäten. Dazu gehören geführte Wanderungen bei denen die lokale Flora und Fauna erkundet wird, Workshops zum Erlernen traditioneller alpiner Techniken wie Kräuterkochen oder Alpentextilien, und viele weitere. Diese Kurse vermitteln Wissen über die alpine Ökologie, fördern das Bewusstsein für den Umweltschutz und bieten eine aufmerksame Erfahrung.



Kriterium	Werte
Leuchtkennzeichnung	5,0
Umweltverträglichkeit (Beeinträchtigung)	5,0
Wartungsaufwand	4,0
Ökonomie	4,0
Ökologie	5,0
Sozialverträglichkeit / Sozialkultur	5,0




Geotourismus

Geotourismus im Nationalpark fördert die nachhaltige Nutzung der Natur und Kulturerbesites, indem es Besuchern die geologischen Besonderheiten der Region nahebringt. Durch geführte Touren und Informationszentren werden die einzigartigen geologischen Formationen sowie die kulturellen Werte des Nationalparks weiter verbreitet.




Kriterium	Werte
Leuchtkennzeichnung	5,0
Umweltverträglichkeit (Beeinträchtigung)	5,0
Wartungsaufwand	5,0
Ökonomie	5,0
Ökologie	5,0
Sozialverträglichkeit / Sozialkultur	6,0




Saunadort

Saunadörfer sind spezielle Wohnanlagen, die eine Vielzahl unterschiedlicher Saunen und Dienstleistungen in einer natürlichen, oft traumhaft schönen Umgebung bieten. Diese Anlagen sind darauf ausgelegt, den Gästen ein umfassendes Erlebniskonzept zu ermöglichen.




Kriterium	Werte
Leuchtkennzeichnung	5,0
Umweltverträglichkeit (Beeinträchtigung)	5,0
Wartungsaufwand	5,0
Ökonomie	4,0
Ökologie	5,0
Sozialverträglichkeit / Sozialkultur	6,0




Kneippanlage

Eine Kneipp-Anlage ist ein in Heilbädern oder im Freiland errichteter Baderand, der den Gästen ein umfassendes Erlebniskonzept zu ermöglichen.



Kriterium	Werte
Leuchtkennzeichnung	4,0
Umweltverträglichkeit (Beeinträchtigung)	5,0
Wartungsaufwand	4,0
Ökonomie	5,0
Ökologie	5,0
Sozialverträglichkeit / Sozialkultur	4,0




Inszenierung der Alpwirtschaft (mit Volunteering)

Die touristische Inszenierung der Alpwirtschaft verbindet Tradition und Tourismus, indem Besucher Einblicke in das traditionelle Leben und Arbeiten auf den Alpen erhalten. Durch geführte Besichtigungen, Mitmachangebote, wie Käseherstellung oder Verpflegung und authentische Übernachtungsmöglichkeiten lassen Touristen die Kultur und Landschaft der Alpen hautnah erleben.




Kriterium	Werte
Leuchtkennzeichnung	4,0
Umweltverträglichkeit (Beeinträchtigung)	5,0
Wartungsaufwand	5,0
Ökonomie	5,0
Ökologie	5,0
Sozialverträglichkeit / Sozialkultur	5,0




Erlebnisübernachtungen

Erlebnisübernachtungen in den Alpen bieten Gästen einzigartige und authentische Übernachtungsmöglichkeiten, die weit über das übliche Hotelangebot hinausgehen. Dazu gehören Übernachtungen in Berggästen, Schafställen, Jurten oder Baumhäusern, um inmitten unberührter Natur diese unvergleichlichen Erlebnisse zu genießen. Diese Angebote fördern das Bewusstsein für die alpine Landschaft, indem sie Besuchern die Möglichkeit bieten, die Natur hautnah zu erleben. Diese Angebote können durch lokale Anbieter wie Alpwirtschaften, Bergbauern oder auch durch lokale Tourismusverbände, regionale Behörden oder das Netz der Jungfernen in der Ferie.




Kriterium	Werte
Leuchtkennzeichnung	4,0
Umweltverträglichkeit (Beeinträchtigung)	5,0
Wartungsaufwand	5,0
Ökonomie	5,0
Ökologie	5,0
Sozialverträglichkeit / Sozialkultur	5,0



Geocaching

Geocaching ist ein hochtechnologischer Spiel, bei dem GPS-Geräte genutzt werden, um in der Natur versteckte Behälter zu finden. Diese Behälter sind oft kleine Behälter, die mit kleinen Geschenken gefüllt sind. Geocaching ist eine tolle Möglichkeit, die Natur hautnah zu erleben und gleichzeitig die Schönheit der Landschaft zu bewundern. Geocaching fördert das Bewusstsein für den Naturschutz und die Erhaltung der Landschaft.



Kriterium	Werte
Leuchtkennzeichnung	4,0
Umweltverträglichkeit (Beeinträchtigung)	5,0
Wartungsaufwand	4,0
Ökonomie	4,0
Ökologie	5,0
Sozialverträglichkeit / Sozialkultur	5,0




Outdoor-Yoga und Retreats

Outdoor-Yoga und Retreats in den Alpen bieten eine besondere Kombination aus körperlicher Entspannung, mentaler Erleuchtung und Naturerleben. Diese touristischen Angebote ermöglichen es Touristen, Yoga-Übungen inmitten der majestätischen Berglandschaft zu praktizieren. Oft begleitet von kostenloser Alpwirtschaft und authentischen Ausblicken. Ergänzt durch Meditation, Workshops und Workshops, können solche Retreats eine tiefgreifende Erfahrung und eine Verbindung zur Natur.




Kriterium	Werte
Leuchtkennzeichnung	5,0
Umweltverträglichkeit (Beeinträchtigung)	5,0
Wartungsaufwand	4,0
Ökonomie	4,0
Ökologie	5,0
Sozialverträglichkeit / Sozialkultur	5,0




Trekking mit Tieren

Trekking mit Tieren in den Alpen bietet ein besonderes, naturverbundenes Erlebnis für Touristen. Wanderer begleiten Tiere wie Esel, Kühe oder Ziegen auf ihrer Tour durch die alpine Landschaft, was nicht nur die körperliche Herausforderung erleichtert, sondern auch eine tolle Verbindung zur Natur ermöglicht. Die Tiere tragen Gepäck, und ihre ruhige Präsenz fördert ein entspanntes Tempo und intensive Naturerlebnisse.




Kriterium	Werte
Leuchtkennzeichnung	5,0
Umweltverträglichkeit (Beeinträchtigung)	5,0
Wartungsaufwand	4,0
Ökonomie	4,0
Ökologie	5,0
Sozialverträglichkeit / Sozialkultur	5,0




Kräutergarten

Ein Kräutergarten als touristisches Angebot bietet Besuchern die Möglichkeit, die Vielfalt alpiner Kräuter hautnah zu erleben. In geführten Touren können Gäste mehr über die heilenden und kulinarischen Eigenschaften der Pflanzen erfahren, sie selbst sammeln und verarbeiten. Workshops zur Herstellung von Tees, Säften oder Kräutermehl ergänzen das Erlebnis.




Kriterium	Werte
Leuchtkennzeichnung	4,0
Umweltverträglichkeit (Beeinträchtigung)	5,0
Wartungsaufwand	5,0
Ökonomie	5,0
Ökologie	5,0
Sozialverträglichkeit / Sozialkultur	5,0




Langsamverkehrsangebot

Ein touristisches Langsamverkehrsangebot könnte über genutzt werden, um Besucher auf nachhaltige und ruhige Weise in eine Alpe zu transportieren. Optionen sind Wanderungen, Fahrradtouren oder E-Bike-Touren, die nicht nur eine unvergleichliche Aussicht sondern ermöglichen den Gästen, die Schönheit der Landschaft hautnah zu erleben. Solche Angebote können insbesondere durch lokale Anbieter wie Alpwirtschaften, Bergbauern oder auch durch lokale Tourismusverbände, regionale Behörden oder das Netz der Jungfernen in der Ferie.



Kriterium	Werte
Leuchtkennzeichnung	5,0
Umweltverträglichkeit (Beeinträchtigung)	5,0
Wartungsaufwand	4,0
Ökonomie	4,0
Ökologie	5,0
Sozialverträglichkeit / Sozialkultur	5,0



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.

	Themenwege	Wildtierbeobachtungen	Naturkurse	Geotourismus	Saunadorf	Kneippanlage	Alpwirtschaft	Erlebnisübernachtungen	Geocaching	Outdoor Yoga	Trekking mit Tieren	Kräutergarten	Langsamverkehr	Durchschnitt	Median
Leuchtturmpotenzial	5,0	4,8	5,2	5,4	5,2	4,5	6,5	6,3	4,3	5,7	5,1	4,9	5,6	5,3	5,1
Umsetzungsfähigkeit	6,2	8,0	7,9	8,1	5,6	5,8	6,7	5,7	6,3	6,8	6,9	7,1	7,1	6,8	6,9
Innovationsgrad	4,5	4,6	4,9	5,5	5,2	4,5	5,4	7,0	4,5	4,9	4,8	3,7	4,7	4,9	4,8
Ökonomisch	4,0	4,0	4,5	3,9	4,7	3,9	5,2	5,5	4,1	4,7	4,3	3,8	4,5	4,4	4,2
Ökologisch	9,2	9,7	9,4	9,1	5,4	7,5	8,5	7,0	8,9	9,4	8,9	8,4	8,7	8,5	8,9
Gesellschaftlich / Soziokulturell	5,3	5,5	5,9	6,1	4,5	4,5	6,5	4,9	3,8	5,1	5,6	5,1	5,4	5,2	5,2

Ideenpool (13 Ideen aus dem Ideenpool Nature Lover Täschalp 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.**

Eure Favoriten

Verdichtung Ideen

Was sind Eure Favoriten?!

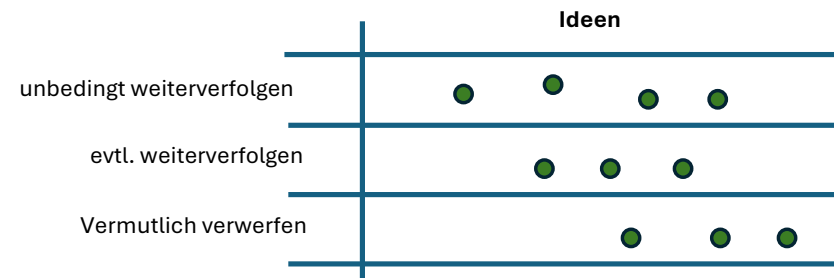
3er Gruppenarbeit

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

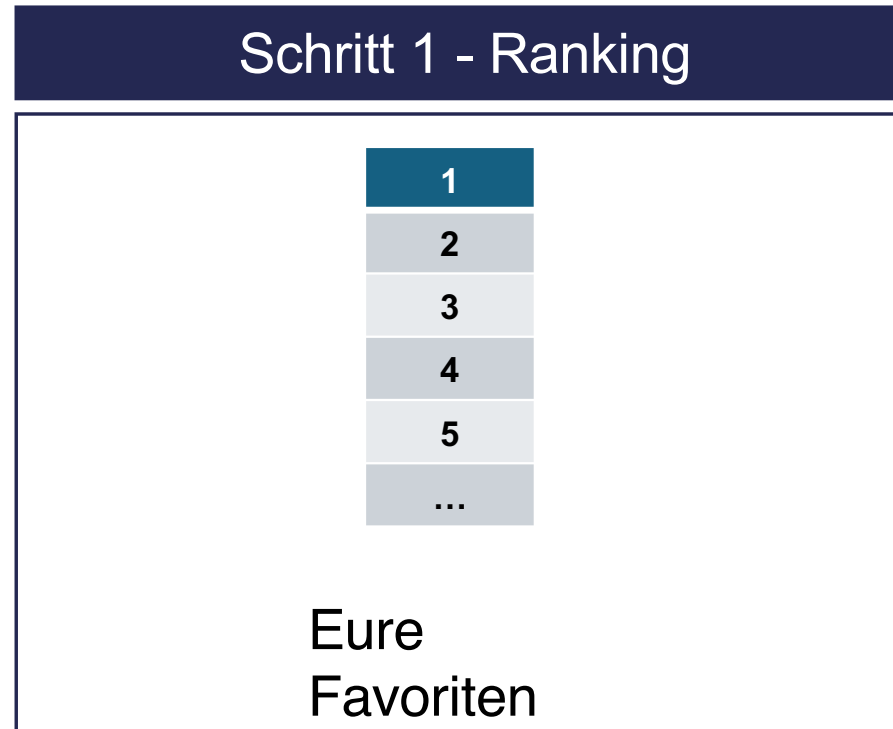
Vertiefung Ideen zu Aktivitäten & Projekte

Gruppeneinteilung

1. Annette Fux, Fabrizio Gull, Vendelin Coray
2. Markus Schwizer, Paul Tscherrig, Dario Perren
3. Simon Imboden, Yannic Lerjen, Angelica Brunner
4. Gela Lerjen, Chantal Bittel, Marc Börlin

Verdichtung Ideen

2. Vorstellung der Ergebnisse pro Gruppe



Auswertung Ideenranking

	Team 1	Team 2	Team 3	Team 4	Total
Themenwege /Lehrpfade	2	1	1	5	9
Wildtierbeobachtungen	2	4	1	3	10
Naturkurse	2	3	3	4	12
Saunadorf	1	12	12	12	37
Kneippanlage	1	10	5	6	22
Alpwirtschaft	1	2	1	2	6
Erlebnisübernachtungen	1	6	9	11	27
Geocaching	12	11	2	7	32
Outdoor Yoga	1	5	2	9	17
Trekking mit Tieren	12	4	8	10	34
Kräutergarten	2	5	4	8	19
Langsamverkehrsangebot	3	9	3	1	16
Geführte Wanderungen	5	1	1	4	11
Events	12	4	2	2	20

Top 5

1. Alpwirtschaft
2. Themenwege/Lehrpfade
3. Wildtierbeobachtungen
4. Geführte Wanderungen
5. Naturkurse

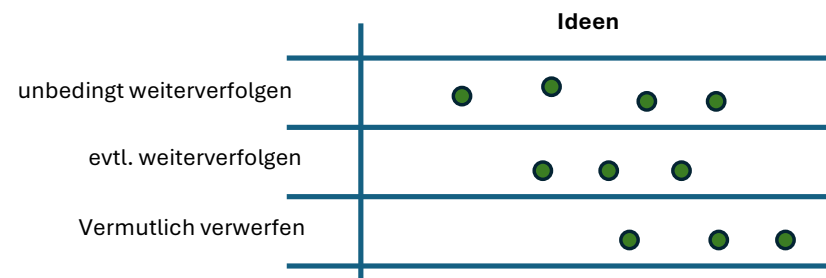
PAUSE



Verdichtung Ideen

Vorstellung der Gesamtauswertung der Favoriten

Schritt 2 - Gegenüberstellung



Die Rankings werden ausgewertet und die 5 überzeugendsten Ideen identifiziert

Ideenpool (Auswahl von 5 Ideen, welche gemäss Prozess weiterverfolgt werden)

Insenierung der Alpwirtschaft (mit Volunteering)

Die touristische Insenierung der Alpwirtschaft verbindet Tradition und Tourismus, indem Besucher Einblicke in das traditionelle Leben und Arbeiten auf den Alpen erhalten. Durch geführte Besichtigungen, Mitmachangebote wie Käseherstellung oder Viehhofzoo und authentische Übernachtungsmöglichkeiten erleben Touristen die Kultur und Landschaft der Alpen hautnah.



Kriteriumskala	Werte
Lebendigkeit/Lebensqualität	4,5
Umweltverträglichkeit (Bspw. Nachhaltigkeit)	3,7
Interessanzgrad	3,8
Ökonomie	3,2
Ökologie	4,5
Gesellschaftlich / Sozialkultur	4,5



Themenwege/Lehrpfade

(Schwerpunkt Geologie, Glaziologie, Flora/Fauna)

Ein Lehrpfad, auch Lernpfad oder Themenweg, ist ein ausgebauter Spaziern- oder Wandernweg, der entlang von naturwissenschaftlich oder kulturell bemerkenswerten Objekten stufenartig durch die Landschaft oder auch durch belebte Gebiete führt.



Kriteriumskala	Werte
Lebendigkeit/Lebensqualität	5,0
Umweltverträglichkeit (Bspw. Nachhaltigkeit)	4,2
Interessanzgrad	4,5
Ökonomie	4,0
Ökologie	5,0
Gesellschaftlich / Sozialkultur	4,5



Wildtier Beobachtungen

(ergänzende Idee aus dem WS)



Bild: Kanton Wallis, Diensstelle für Jagd, Fischerei & Wildtiere

Geführte Wanderungen

(ergänzende Idee aus dem WS)



Bild: Zermatt Tourismus, Fabienne Fux-Schaller

Naturkurse

Naturkurse als touristisches Erlebnis in einer Alpe bieten eine tiefe Verbindung zur Natur und umfassen eine Vielzahl von Aktivitäten. Dazu gehören geführte Wanderungen, bei denen die lokale Flora und Fauna erkundet wird, Workshops zum Erlernen traditioneller alpiner Techniken wie Kräutersammeln oder Käseherstellung, und viele weitere. Diese Kurse vermitteln Wissen über die alpine Ökologie, fördern das Bewusstsein für den Umweltschutz und bieten eine authentische Erfahrung.



Kriteriumskala	Werte
Lebendigkeit/Lebensqualität	5,0
Umweltverträglichkeit (Bspw. Nachhaltigkeit)	7,9
Interessanzgrad	4,9
Ökonomie	4,5
Ökologie	5,0
Gesellschaftlich / Sozialkultur	5,0



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 Dreier-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

Alpwirtschaft erleben

Inputs Workshop 6.9.2024

Herausforderungen

Chancen/Potenziale

Privatsphäre der Äpler

Räumlichkeiten/Infrastruktur

Hohe Investitionskosten

**Sensibilisierung für das Thema Alpwirtschaft
(Bildung / Wertschätzung)**

Einbindung von Einheimischen

**Verkauf von Produkten / Vermarktung
regionaler Produkte**

Interaktives Angebot

Auswertung Brainwriting

Themenwege / Lehrpfade Inputs Workshop 6.9.2024

Herausforderungen

Chancen/Potenziale

Attraktives Thema / Inszenierung

Unterhalt des Themenwegs

Kein Alleinstellungsmerkmal

Sicherheit

Wildtiere (→ Einbezug der Wildhut)

Besucherlenkung

Hohe / rasche Umsetzbarkeit

Angebot für Schulen

Breite Zielgruppenansprache

**Keine negativen
Einflüsse auf die Natur**

**Sensibilisierung für die
Thematik Wasser**

Kinder- und Familienfreundlich

Interaktive / spielerische Inszenierung

Auswertung Brainwriting

Wildtierbeobachtungen

Inputs Workshop 6.9.2024

Herausforderungen

Chancen/Potenziale

Keine Tiere

Keine Garantie auf Sichtungen

Wildschutz

Erwartungsmanagement

Schwer zugängliches Gelände

Konflikte mit der Jagd/Jägern

Kooperationen mit Hotellerie möglich

**Aufklärung und Sensibilisierung
zum Thema Wildtiere**

Auswertung Brainwriting

Geführte Wanderungen

Inputs Workshop 6.9.2024

Herausforderungen

Chancen/Potenziale

**Schwierigkeitsgrad an
die Gäste anpassen**

**Passende Themen für die
Region finden**

**Aktualität des Angebots /
Alleinstellungsmerkmal**

Sicherheitsaspekt

Besucherlenkung

Angebot für Einheimische

Angebot für Schulen

**In Kombination mit
Wissensvermittlung (thematisch)**

Einfache Umsetzbarkeit

Günstiges Angebot

**Einbindung verschiedener
Bevölkerungsgruppen (bspw. Pensionierte)**

**Schaffung von Arbeitsplätzen
(bspw. Wanderleiter)**

Auswertung Brainwriting

Naturkurse

Inputs Workshop 6.9.2024

Herausforderungen

Chancen/Potenziale

Mehrheitlich Schönwetterprogramm

Vermarktung

Kooperation mit der Landwirtschaft

**Qualitatives Angebot durch fachmännische
Begleitung**

**Einbezug der lokalen
Bevölkerung**

**Kombination mit
Hotellerie/Gastronomie**

Viele Umsetzungsmöglichkeiten

Sensibilisierung für das Thema

Aktueller Trend

Keine «Eingriffe» nötig

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