

# Sport- und Eventhalle Saas-Grund

## Schlussbericht Potentialanalyse



**EHSM**

Eidgenössische  
Hochschule  
für Sport  
Magglingen

Bruno Bosshard, Dr. Hippolyt Kempf, Jeremy Weill

BASPO  
2532 Magglingen



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra

Bundesamt für Sport BASPO

# Inhalt

Management Summary	4
1. Einleitung und Projektauftrag	5
1.1 Ausgangslage	5
1.2 Idee des Projekts	6
1.3 Ziele und Fragestellungen	7
1.4 Projektorganisation und –ablauf	8
1.4.1 Vorgehen im Überblick	8
1.4.2 Kick-Off	9
1.4.3 Workshop 1	9
1.4.4 Besichtigung Engelberg und Swiss Holiday Park	9
1.4.5 Workshop 2	9
1.4.6 Schlussbericht	9
2. Konzeptionelle Einordnung	10
2.1 Standortförderung durch Sport	10
2.2 Strategischer Prozess	11
2.3 Projektfinanzierung und Projektorganisation	12
2.3.1 Kosten- und Aufwandsschätzung für eine Sport- und Eventhalle	12
2.3.2 Sanierung und Erweiterung der Ilfishalle in Langnau	13
2.4 Relevante Stakeholder für die Sport- und Eventhalle Saas-Grund	15
2.5 Qualitätsstandards für die Regionalentwicklung durch Sport	16
3. Externe Analyse Sport- und Eventhalle	17
3.1 Allgemeine Trends im Sport	17
3.1.1 Mega-Trends im Sportverhalten	17
3.1.2 Sportliche Entwicklung der Bevölkerung	17
3.1.3 Digitalisierung im Sport	18
3.1.4 Klimawandel und Sport	18
3.2 Sportverhalten nach ausgewählten Sportarten	19
3.2.1 Gesamtüberblick	19
3.2.2 Eishockey	20
3.2.3 Eislaufen	20
3.2.4 Skifahren und Snowboard	21
3.2.5 Klettern, Bergsteigen und Wandern, Bergwandern	22
3.2.6 Mountainbike	23
3.3 Bedeutung einer Sport- und Eventhalle	23



3.3.1	Regionale Bedeutung	23
3.3.2	Sportliche Bedeutung	25
3.4	Best Practice Beispiele	25
3.4.1	Auswahl der Best Practice Beispiele	25
3.4.2	Sporting Park Engelberg	25
3.4.3	Sportzentrum Grindelwald	26
3.4.4	Freizeit- und Sportarena Adelboden	27
3.4.5	Lentpark Köln	28
3.4.6	Fundorena Feldberg	28
3.4.7	Erkenntnisse Besichtigung Engelberg und Swiss Holiday Park	29
4.	Interne Analyse Sport- und Eventhalle	30
4.1	Touristische Ausrichtung	30
4.2	Sportangebot in der Region	31
4.2.1	Eissport	31
4.2.2	Klettern und Wandern	31
4.2.3	Mountainbike	31
4.2.4	Schneesport	31
4.2.5	Weitere Angebote	32
4.3	Events und Wettkämpfe	32
4.4	Ähnliche Initiativen für Sportinfrastrukturen	32
4.4.1	Auswahlkriterien	32
4.4.2	Freestyle und Cross Campus Saas-Fee	33
4.4.3	Konzept zur bikespezifischen Regionsentwicklung	33
4.4.4	Swiss Freestyle World	33
5.	SWOT-Analyse Sport- und Eventhalle	34
5.1	Idee Sport- und Eventhalle Wichel	34
5.2	Überblick externe und interne Analyse	34
5.3	SWOT-Analyse Sport- und Eventhalle Saas-Grund	34
6.	Strategie Sport- und Eventhalle	37
6.1	Strategievarianten Bauformen	37
6.1.1	A: Klein & Einfach	37
6.1.2	B: Klein & Komplex	38
6.1.3	C: Gross & Einfach	38
6.1.4	D: Gross & Komplex	38
6.2	Strategievarianten Betriebsformen	39
6.2.1	Betrieb durch Gemeinde	39
6.2.2	Betrieb durch eine Mischform	39

6.2.3	Betrieb durch eine private Gesellschaft	39
6.3	Strategische Stossrichtungen	40
6.3.1	Priorisierung Strategievarianten Bauformen	40
6.3.2	Priorisierung Strategievarianten Betriebsformen	41
7.	Umsetzungsmassnahmen	42
7.1	Projektorganisation	42
7.2	Strategieformulierung	42
7.3	Standort	43
7.4	Kommunikation und Vermarktung	43
7.5	Finanzierung	43
7.6	Strategieimplementierung	44
7.7	Massnahmenkatalog	45
8.	Konsequenzen für die Region	46
8.1	Angebote & Dienstleistungen	46
8.2	Betreuung & Ausbildung	46
8.3	Events & Wettkämpfe	46
8.4	Infrastruktur	46
9.	Schlussfolgerungen und Ausblick	47
10.	Quellenverzeichnis	48
11.	Anhang	50
11.1	Projektteam EHSM	50
11.2	Programme und Teilnehmer Workshops	51
11.3	Qualitätsstandards Sport- und Eventhalle Saas-Grund	55

# Management Summary

Das Saastal ist bekannt für die 18 Viertausender, welche zum Schneesport, Wandern und Alpinismus einladen. Grössere Sportanlässe gibt es ebenso wenig wie sportliche Schlechtwetterangebote. Zudem spielt und trainiert der hiesige EHC Saastal als eines der wenigen Teams in der Regio League (vormals 1. Liga) immer noch auf einem offenen Kunsteisfeld. Auf Grund dieser Tatsachen hat der Gemeinderat Saas-Grund das Projekt Sport- und Eventhalle Saas-Grund lanciert.

Die Eidgenössische Hochschule für Sport Magglingen (EHSM) wurde beauftragt, eine Potentialanalyse für die Sport- und Eventhalle Saas-Grund zu erarbeiten. Das Ziel dieses Auftrages war es, das Potential einer Sport- und Eventhalle zu untersuchen und Strategievarianten zu entwickeln, welche zur Standortförderung durch Sport beitragen.

Als Grundstein der Potentialanalyse dienten zwei Workshops mit Vertretern aus dem Saastal und dem Oberwallis. Durch die Präsentation von Analysen und Best Practice Beispielen, sowie den Schilderungen zweier Experten wurden die Teilnehmenden auf das Thema sensibilisiert. Gleichzeitig konnten sie in verschiedenen Diskussionsrunden ihre Meinungen äussern.

Die Haupteckdaten der Potentialanalyse Sport- und Eventhalle Saas-Grund sind:

- Das Potential für eine Sport- und Eventhalle ist vorhanden.
- Das Saastal benötigt eine Sport- und Eventhalle für die ganze Region – also eine **Saastalhalle**.

Während dem Prozess kristallisierten sich zwei Strategievarianten für die Saastalhalle heraus. Priorisiert wurden die Strategievarianten „B: Klein und Komplex“ sowie „C: Gross und einfach“. Wie der Name suggeriert, bedeutet Variante B eine kleinere Anlage mit einem vielfältigen Angebot und dadurch einem komplexen Betrieb. Variante C handelt von einer grösseren Fläche auf möglicherweise mehrere Standorte verteilt, mit einem einfacheren Sportangebot und dadurch einfacheren Betrieb.

Die Saastalhalle muss verschiedene Zielgruppen abdecken. Neben Eishockey muss auch die Bevölkerung und der Tourismus – in Form eines Schlechtwetterprogramms für Kinder und Familien – berücksichtigt werden. Mit der richtigen Strategievariante, entsprechenden Angeboten und einer guten Betriebsstruktur kann die Saastalhalle das Saastal langfristig aufwerten.



# 1. Einleitung und Projektauftrag

Die Potentialanalyse Sport- und Eventhalle Saas-Grund wurde in einem halbjährigen Prozess mit wichtigen Stakeholdern der Region erarbeitet. Sie soll aufzeigen, welche Möglichkeiten es für die Gestaltung einer Sport- und Eventhalle gibt und welche Varianten in Betracht gezogen werden müssen. Der Bericht ist das Resultat zweier Workshops und der darauf basierenden Analysen der Eidgenössischen Hochschule für Sport Magglingen (EHSM). Im Folgenden werden die Ausgangslage, die Idee und das Ziel des Projektes erläutert. Zusätzlich wird beschrieben, wie der Prozess vom Kick-off-Event bis hin zur Fertigstellung des Schlussberichts abgelaufen ist.

## 1.1 Ausgangslage

Die Gemeinde Saas-Grund liegt im Walliser Saas-Tal, welches ein Nebental zum Mättertal mit dem weltbekannten Zermatt ist. Seit 1392 ist Saas-Grund eine eigenständige Burgergemeinde und unabhängig von den benachbarten Siedlungen Saas-Almagell, Saas-Balen und Saas-Fee. Die Gemeinde zählte 2015 1'026 Einwohner und hat seit 1990 (1'172 Einwohner) eine leicht abnehmende Wohnbevölkerung. Politisch besteht die Exekutive aus einem Gemeinderat mit fünf Mitgliedern. Bruno Ruppen ist der amtierende Gemeindepräsident und zugleich Initiant des Projektes Sport- und Eventhalle Saas-Grund.

1938 wurde nach einer Bauzeit von neun Jahren die erste Strasse zwischen Stalden und Saas-Grund fertiggestellt und erschloss somit das Saastal für den Verkehr. Das Strassennetz zwischen Saas-Grund und Saas-Fee / Saas-Almagell wurde erst 1951 eingeweiht, was dem Tourismus Zugang zum gesamten Saastal verschaffte. Das Saastal ist somit mit dem Auto oder dem Bus erreichbar. Eine Eisenbahnlinie wurde im 19. Jahrhundert geplant, jedoch waren die Grundstückbesitzer nicht bereit ihr Land zu verkaufen. Stattdessen wurde die Eisenbahnlinie nach Zermatt gebaut. Die Fahrzeiten von Visp nach Saas-Grund betragen mit den Öffentlichen Verkehrsmitteln 40 - 45 Minuten und mit dem Auto 30 Minuten. Saas-Fee ist weitere 10 Minuten von Saas-Grund entfernt.

Nicht weniger als 18 Viertausender umgeben das Saastal, was als die höchste Konzentration von Viertausendern in den Alpen gilt. Um die vielen Bergsteiger zu beherbergen, wurden in den 60er Jahren des 19. Jahrhunderts die ersten Hotels gebaut. Saas-Grund galt in früherer Zeit klar als Hauptort des Saastals. Dies hat sich durch die touristische Entwicklung der letzten 60 Jahre deutlich verändert. Saas-Fee hat Saas-Grund sowohl in der Einwohnerzahl wie auch in der wirtschaftlichen Bedeutung für das Tal überholt. Mit dem grossen Sommer und Winter Skigebiet und weiteren attraktiven Angeboten zieht Saas-Fee sehr viele Touristen an. Im Sommer trainieren viele Ski- und Snowboardathleten unterschiedlicher Disziplinen auf dem Allalingsletscher.

Im gesamten Saastal bestehen bereits zahlreiche und vielseitige Möglichkeiten für sportliche Aktivitäten und Ausflüge. Saas-Grund verfügt über eine Kunsteisbahn, die aber nicht gedeckt ist und in einer gefährdeten Lawinenzone steht. Die Kunsteisbahn wird vorwiegend vom EHC Saastal (Eishockeyclub Saastal) als Wettkampf- und Trainingsanlage verwendet. Weiter verfügt Saas-Grund über zwei Gondelbahnen, welche im Sommer und Winter die Gäste auf Hohnsaas auf 3'200 Meter über Meer transportiert. Das kleine aber sehr sonnige Schneesportgebiet Hohnsaas verfügt über drei weitere Skilifte. Langlaufen ist im Saastal zwischen Saas-Almagell und Saas-Balen möglich. Im Sommer stehen drei Tennisplätze, ein Beachvolleyballfeld und ein Fussballplatz zur Verfügung. Zahlreiche Lauf- und Wanderrouten sowie Biketouren runden das Angebot ab. Indoorsport ist nur in der Schulhausturnhalle möglich, welche überlastet und überaltert ist. Eine angemessene Infrastruktur zur Durchführung von grösseren Sport- oder Kulturveranstaltungen ist in Saas-Grund nicht vorhanden.

## 1.2 Idee des Projekts

Die Gemeinde prüft verschiedene Entwicklungsprojekte um die Attraktivität und die Infrastruktur von Saas-Grund zu steigern. Ein zentrales Projekt ist die Vision einer neuen Kunsteishalle zur erweiterten Nutzung als Multisport- und Eventhalle. Die Halle soll vorwiegend als Eishockeyhalle für den EHC Saastal nutzbar sein und die Möglichkeit für einen Eventbetrieb bieten. Ebenfalls soll die Halle im Winter und Sommer zur Ergänzung des Sportangebotes für Hallensportarten wie Volleyball, Handball oder Badminton nutzbar sein. Eine mögliche Ergänzung des Angebotes mit einem Klettergarten und einem Indoor Seilpark über dem Kunsteisfeld wurde diskutiert. Ein geeigneter Standort wurde mit dem Zentrum „Wichel“ bereits gefunden.

Der Gemeinderat liess dazu, anlässlich der Machbarkeitsstudie „Sport & Eventhalle Wichel Saas-Grund“, erste Pläne erstellen. Diese sehen vor, dass das komplette Sportareal Wichel umgebaut wird. Als Kernobjekt wird die angesprochene Sport- und Eventhalle neu gebaut. Die bestehende Kunsteisbahn (Abbildung 1: gelb markiert) würde entfernt werden. Der frei gewordene Platz würde im Winter für Parkplätze verwendet und im Sommer wären der Fussballplatz, die Tennisplätze und die Beachvolleyballanlage in Betrieb.

Die Machbarkeitsstudie umfasst Pläne zur Nutzung der Sport- und Eventhalle. Gemäss dieser wurde die Halle für Eishockeyspiele Nationalliga A konzipiert und beinhaltet 500 Zuschauerplätze (228 Stehplätze und 272 Sitzplätze). Das Eisfeld soll mittels einer mobilen Abdeckung / Schutzschicht innert kurzer Frist für andere Sportarten wie Volleyball, Handball, usw. nutzbar gemacht werden. Zusätzlich soll die Halle innert Stundenfrist in eine Event- oder Festhalle umfunktioniert werden können. Mittels mobiler Trennwände wird eine differenzierte Nutzung des Raumes ermöglicht.

Eine kombinierte Nutzung der Infrastruktur für Sport (vorwiegend Eishockey) und Veranstaltungen wäre ein grosser Mehrwert für das Gesamtangebot in Saas-Grund und im gesamten Saastal; bedingt aber einer vertieften Analyse der Interessen und Bedürfnisse der einzelnen Stakeholder. Es ist abzuschätzen, ob die dafür aufzubringenden Kosten den resultierenden Nutzen möglicherweise übersteigen.

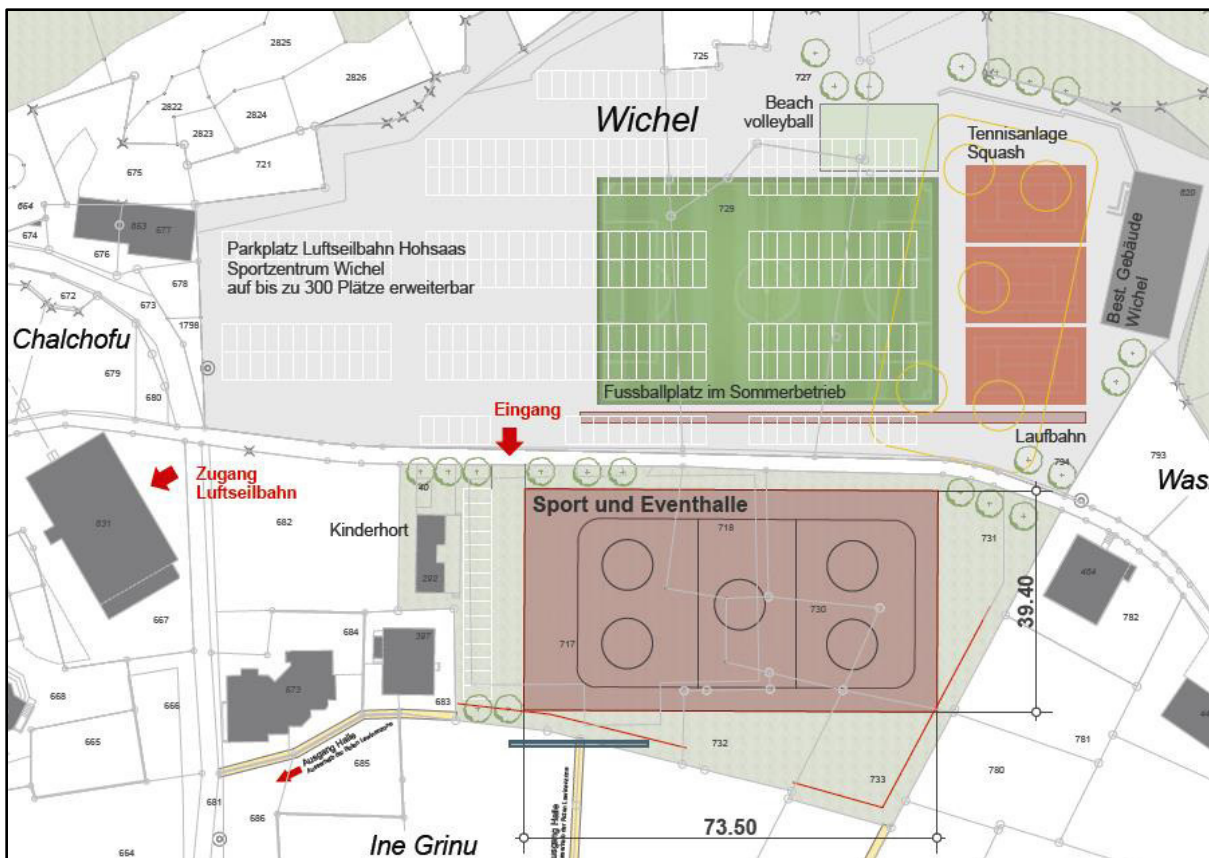


Abbildung 1: Machbarkeitsstudie "Sport- und Eventhalle Wichel"

## 1.3 Ziele und Fragestellungen

Der Gemeinderat Saas-Grund möchte das Potential einer Sport- und Eventhalle in Saas-Grund, zur Entwicklung des sportlichen Angebotes und der Infrastruktur für Sport und Veranstaltungen, eruieren.

### Ziele

Folgende Ziele werden mit dem Auftrag verfolgt:

- Die zentralen Impulse zur aktualisierten Potentialanalyse liegen vor.
- Das Wissen und die Erfahrungen aus anderen Entwicklungsprojekten fliessen in das Konzept mit ein.
- Stärken und Schwächen der Region werden erkannt und entwickelt.
- Entwicklungsmassnahmen aus Sicht des Sport- und Eventbereichs für die Region sind definiert.
- Die zentralen Elemente der Potentialanalyse werden mit wichtigen Stakeholdern der Region diskutiert und von diesen getragen.

### Fragestellungen

Folgende Fragestellungen können im Rahmen der Potentialanalyse beantwortet werden:

- Besteht in Saas-Grund das Potential für eine Sport- und Eventhalle?
- Über welche Stärken und Schwächen verfügt die Region?
- Welches sind die Alleinstellungsmerkmale der Region?
- Welche Benchmarks können als gute Massstäbe für den Vergleich herangezogen werden?
- Welche strategischen Positionierungsvarianten entstehen aus dem verfügbaren Potential?
- Welche Entwicklungsmassnahmen werden benötigt, damit sich Saas-Grund mit einer Sport- und Eventhalle in der Region positionieren kann?
- Welche Voraussetzungen benötigt es, um einen optimalen Trainings- und Wettkampfbetrieb sicherzustellen?
- Wie sind die Verzahnung und die Komplementarität zu den anderen Angeboten im Winter sichergestellt?



## 1.4 Projektorganisation und –ablauf

Die Gemeinde Saas-Grund erteilte der EHSM den Auftrag den Entwicklungsprozess bei der Erstellung eines Gesamtkonzeptes für eine Sport- und Eventhalle in Saas-Grund zu begleiten und zu unterstützen. Die Vorliegende Potentialanalyse basiert auf der Zusammenarbeit mit relevanten Stakeholdern der Sport- und Eventhalle Saas-Grund.

### 1.4.1 Vorgehen im Überblick

Um das Potential zu eruieren und Entwicklungsthesen ausformulieren zu können, wurde methodisch in zwei Projektphasen gearbeitet (siehe Abbildung 2). Phase 1 beinhaltete grundlegende Analysen, um den Sachverhalt darzulegen. In den Diskussionen wurden erste Strategievarianten entwickelt. Phase 2 reflektierte die strategische Positionierung der Sport- und Eventhalle Saas-Grund. Hierzu wurden Entwicklungsthesen für die Sport- und Eventhalle gebildet.

In beiden Phasen führte das Projektteam der EHSM einen Workshop durch. Der Auftraggeber lud dazu relevante Stakeholder ein, mit deren Hilfe das Potential der Sport- und Eventhalle Saas-Grund ermittelt wurde.

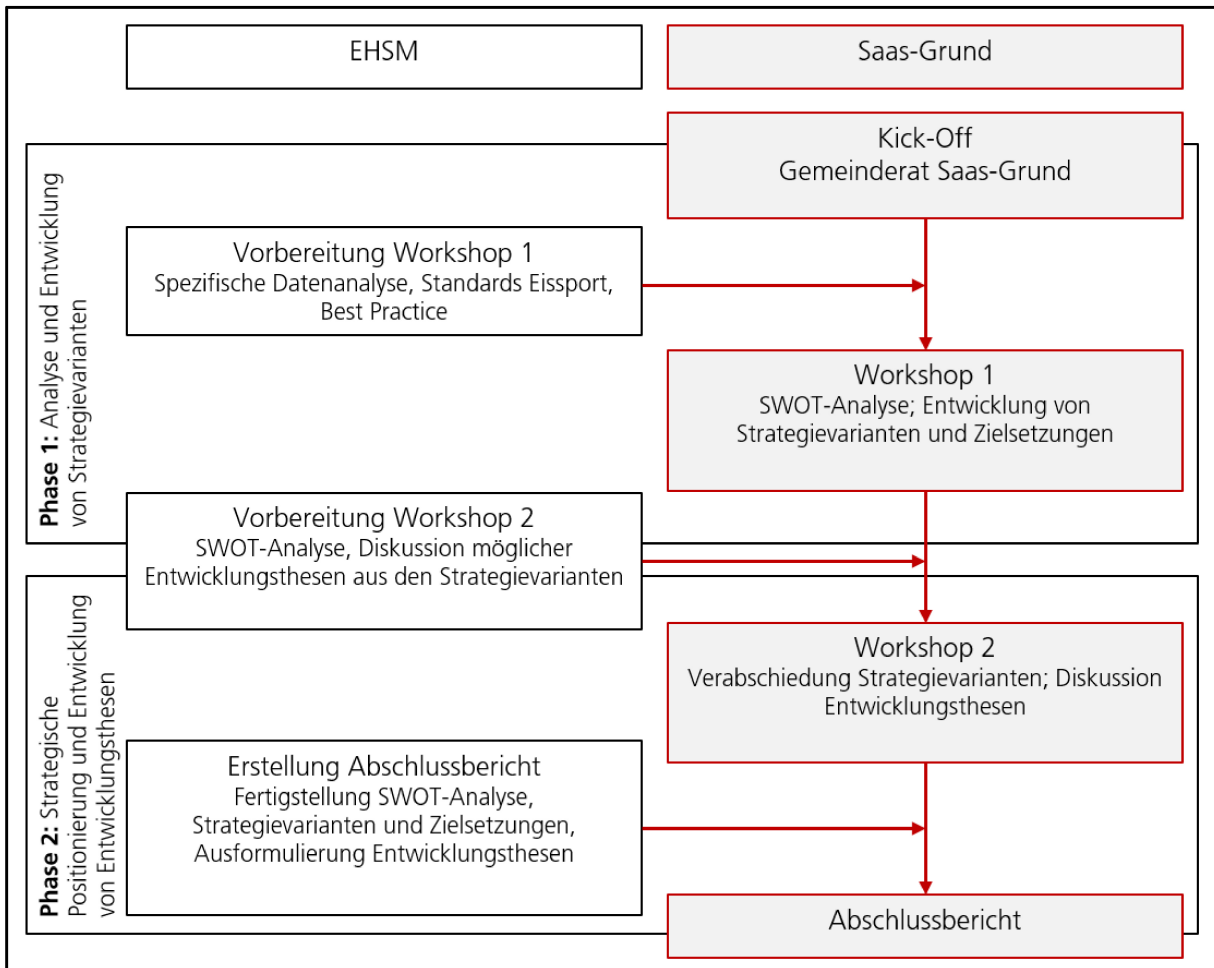


Abbildung 2: Gesamtübersicht Projektablauf (eigene Darstellung)

## **1.4.2 Kick-Off**

In einem Kick-Off, an welchem der Gemeinderat Saas-Grund und die Projektleiter teilnahmen, wurden die Inhalte der Potentialanalyse besprochen. Die Bedürfnisse und Erwartungen des Gemeinderates wurden diskutiert. Basierend auf dem Dokument „Projektskizze und Offerte“ vom 21. Dezember 2016 wurden die Ziele des Projektes geklärt.

## **1.4.3 Workshop 1**

Aufbauend auf den Erkenntnissen aus dem Kick-Off wurde der Workshop 1 vorbereitet. Hierzu wurden grundlegende Analysen gemacht und verschiedene Gespräche mit Experten geführt. Die Teilnehmer des Workshop 1 fanden sich am 19. Mai 2017 im Bistro Wichel in Saas-Grund zusammen (siehe Anhang 11.2 Programm Workshop 1). Nachdem die Analysen präsentiert wurden, diskutierten die Teilnehmer in Gruppen die entwickelten Qualitätsstandards Sport- und Eventhalle Saas-Grund. In einem weiteren Schritt konnten die Teilnehmer Best Practice Beispiele studieren und diskutieren. Der letzte Teil beinhaltete ein Brainstorming zur Sport- und Eventhalle Saas-Grund. Mittels sehr intensiven Diskussionen über die Bedürfnisse und Wünsche der entsprechenden Stakeholder konnten wichtige Learnings und eine detaillierte SWOT-Analyse erstellt werden.

## **1.4.4 Besichtigung Engelberg und Swiss Holiday Park**

Auf Wunsch des Auftraggebers organisierte die EHSM einen Besichtigungstag. Der Auftraggeber lud dazu Vertreter aus dem Saastal ein. Die Besichtigung beinhaltete eine Führung und Diskussionsrunde im Sporting Park Engelberg mit dem Geschäftsleiter Ferdinand Janka. Die zweite Besichtigung war in der Sportmittelschule Engelberg. Der Geschäftsleiter Eskil Läubli zeigte die Besonderheiten der Sporthallen auf. Am Nachmittag war die dritte und letzte Besichtigung im Swiss Holiday Park in Morschach.

## **1.4.5 Workshop 2**

Der Workshop 2 fand am 21. September 2017 im Gemeindehaus Saas-Grund statt (siehe Anhang 11.2 Programm Workshop 2). Für den Workshop 2 lud der Gemeinderat Saas-Grund, einen gegenüber dem ersten Workshop erweiterten Teilnehmerkreis ein. Der erste Teil bestand aus zwei Key Notes von Experten aus dem Sportanlagenbau (s. Kapitel 2.3.1 und 2.3.2). Im zweiten Teil wurden die Erkenntnisse aus dem Workshop 1, den Analysen und den Besichtigungen präsentiert. Daraufhin folgten Diskussionen in Gruppen zu den Strategievarianten und Massnahmen für eine erfolgreiche Sport- und Eventhalle. Die angeregten Diskussionen während dem Workshop 2 zeigten die Bedeutung einer Sport- und Eventhalle für das Saastal.

## **1.4.6 Schlussbericht**

Der vorliegende Schlussbericht wurde basierend auf den Erkenntnissen aus den Workshops 1 und 2 sowie den tiefgreifenden Analysen erstellt. Der Bericht ist zuhanden des Gemeinderats Saas-Grund verfasst.

Anlässlich der Talratssitzung vom 17. November 2017 wird die Potentialanalyse Sport- und Eventhalle Saas-Grund durch die EHSM dem Talrat präsentiert. Diese Schlusspräsentation gilt zugleich als Projektabschluss.

## 2. Konzeptionelle Einordnung

Die Potentialanalyse erfolgte modellgestützt. Zum besseren Verständnis wird hier der theoretische Hintergrund erläutert, auf welchem diese Potentialanalyse aufbaute. Die Kraft des Sports soll effektiv zur Regionalentwicklung im Gebiet Saastal genutzt werden.

### 2.1 Standortförderung durch Sport

Das Modell „Standortförderung durch Sport“ (Stopper, Kempf, Güntensperger, & Bäumle, 2015; Näf, Kempf, Weill & Kindschi, 2017) veranschaulicht die wechselseitigen Wirkungen, welche in der Regionalentwicklung durch Sport berücksichtigt werden müssen (Abbildung 3). Spitzensportlerinnen und Spitzensportler tragen mit ihren herausragenden Leistungen durch einen Trigger-Effekt zur Sportentwicklung bei. Eine Region wie das Saastal kann die daraus entstehenden positiven externen Effekte passiv wahrnehmen oder diese durch gezielte Inszenierung optimal für die Region verwenden. Die Etablierung von entsprechenden Angeboten & Dienstleistungen, Betreuungs- & Ausbildungsangeboten sowie Sportevents & Wettkämpfen helfen, diese Wirkungen auf die Region zu übertragen. Der Nutzen dieser positiven externen Effekte erstreckt sich auf verschiedene Sportarten, in verschiedenen Jahreszeiten und auf verschiedenen sportlichen Leistungsebenen (Breiten- und Leistungssport).

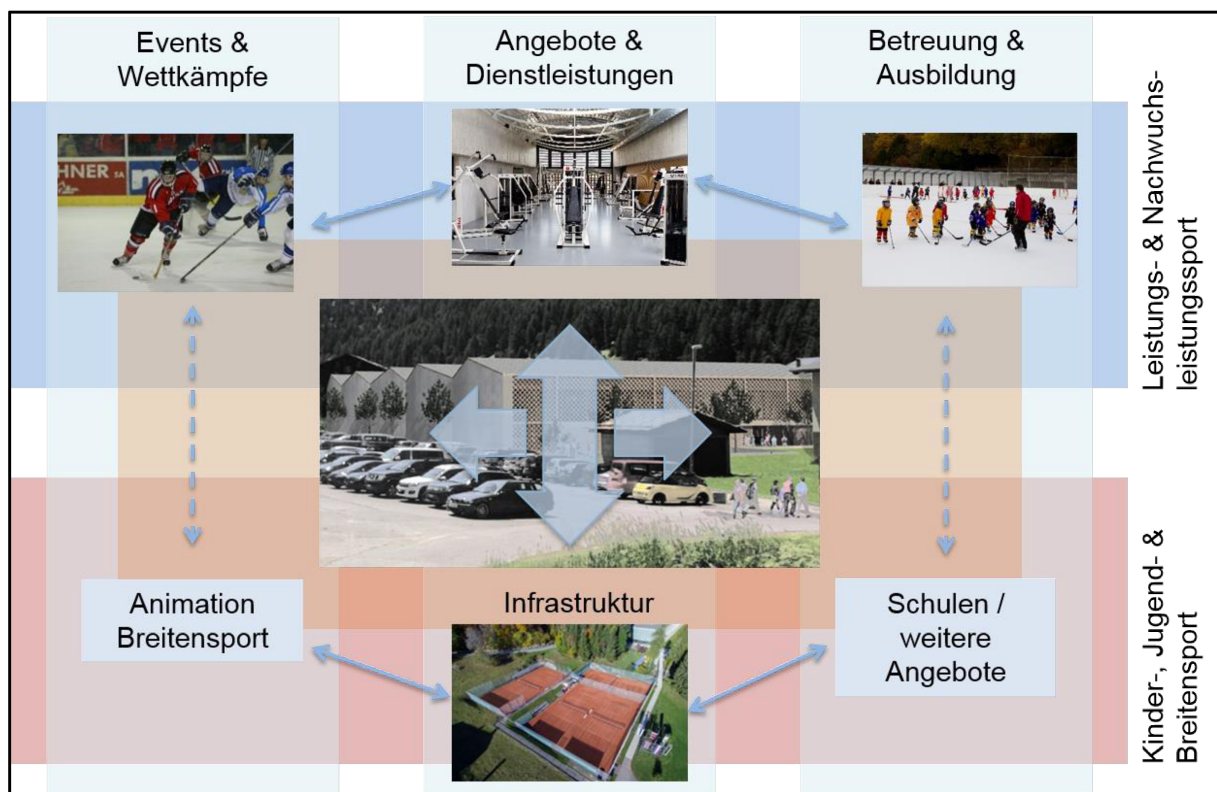


Abbildung 3: Standortförderung durch Sport (eigene Darstellung)

Mit entsprechenden Angeboten & Dienstleistungen und dem Know-How, welches sich die Region über die Jahre angeeignet hat, ergeben sich Netzwerkeffekte sowohl bei den Events & Wettkämpfen als auch im Bereich der Betreuung & Ausbildung. Diese Effekte können auf den Kinder-, Jugend- & Breitensport effektiv transferiert werden.

Die Infrastruktur erstreckt sich über sämtliche Bereiche der Standortförderung durch Sport. Damit Sport ausgeübt werden kann, bedingt es einer adäquaten und gut ausgerüsteten Sportinfrastruktur. Sämtliche Bereiche der Standortförderung durch Sport sind abhängig von einer Infrastruktur, die eine zielgruppenspezifische Betreuung und Angebotsvielfalt ermöglichen. Eine Sport- und Eventhalle in Saas-Grund ist somit für verschiedene Zielgruppen und vorallem für das gesamte Saastal interessant.



In der Erarbeitung der Strategievarianten, welche schlussendlich zu den Umsetzungsmassnahmen führten, sollten die zuvor erläuterten Überlegungen aufgenommen werden. Die wechselseitigen Wirkungen der genannten Bereiche Angebot & Dienstleistungen, Betreuung & Ausbildung, Events & Wettkämpfe und Infrastruktur müssen in die Regionalentwicklung miteinbezogen werden. Der Trend zur vermehrten Ausübung von Sport (siehe Kapitel 3.1 Allgemeine Trends) sowie die Tatsache der Trigger-Effekte durch Leistungssportlerinnen und Leistungssportler sind fundamentale Argumente für den weiteren Ausbau der Sportinfrastruktur in Saas-Grund.

## 2.2 Strategischer Prozess

Die Potentialanalyse Sport- und Eventhalle Saas-Grund wird an den strategischen Prozess von Wheelen & Hunger (2008) angelehnt (Abbildung 6). Dieser wird in vier Etappen absolviert, welche zwingend nacheinander erfolgen müssen und nachfolgend für das bessere Verständnis erläutert werden.

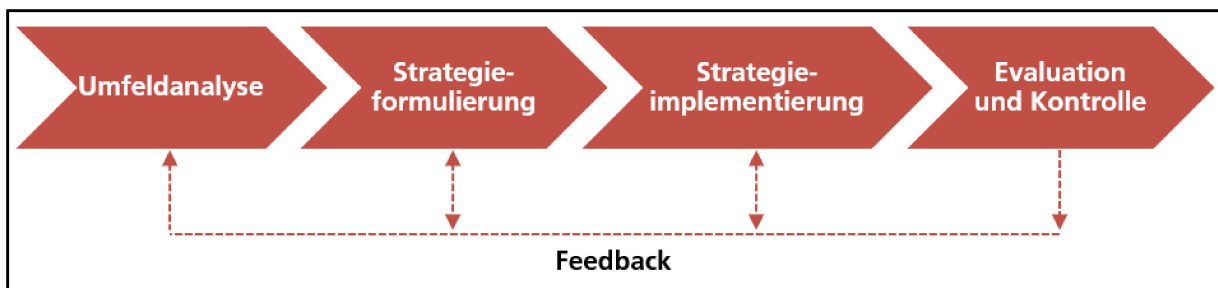


Abbildung 4 : Strategisches Management Modell nach Wheelen & Hunger (2010)

Als Grundlage für den strategischen Prozess dient eine umfassende Umfeldanalyse. Die Umfeldanalyse überwacht und evaluiert das externe und das interne Umfeld; die dabei generierten Informationen werden innerhalb der Organisation für die Entwicklung verwendet. Die externe Umfeldanalyse gibt Aufschluss über die Chancen und Gefahren, welche das Umfeld beinhalten. Die interne Umfeldanalyse zeigt auf, welche Stärken und Schwächen die entsprechende Organisation aufweist. Die Umfeldanalyse kann in einer SWOT-Analyse (Stärken-Schwächen und Chancen-Gefahren-Analyse) zusammengefasst werden.

Basierend auf der Umfeldanalyse wird die Strategie formuliert. Hierzu müssen in erster Linie die Mission und die Ziele der entsprechenden Organisation, wie auch die Zielgruppen definiert werden.

Das Ziel der Strategieimplementierung ist eine erfolgreiche Umsetzung der definierten Ziele. Hierzu müssen sich die Entscheidungsträger folgende Fragen stellen:

- Wer soll den strategischen Plan umsetzen?
- Was muss gemacht werden, um die Strategie erfolgreich zu implementieren?
- Wie soll die Organisation strukturiert und organisiert werden?

Um den Erfolg zu überprüfen, wird der Prozess laufend evaluiert und kontrolliert. Hierzu wird die Leistung mit den erwünschten Resultaten verglichen. Auf Grund dieser fortwährenden Feedbacks sollen adäquate Anpassungen im strategischen Prozess ermöglicht werden.

Die Potentialanalyse Sport- und Eventhalle Saas-Grund beinhaltete eine Umfeldanalyse und zeigte Umsetzungsmassnahmen auf, welche zu einer erfolgreichen Strategieformulierung führen könnten. Die erarbeiteten Umsetzungsmassnahmen führten den erwähnten strategischen Prozess weiter, mit dem Ziel eine Sport- und Eventhalle zu konzipieren, welche den Bedürfnissen des Saastals entspricht.

## 2.3 Projektfinanzierung und Projektorganisation

Für den Workshop 2 wurden zwei Gastreferenten eingeladen, welche ihre Expertise und Erfahrungen mit den Teilnehmern und Teilnehmerinnen teilten. Niklaus Schwarz, Leiter Fachbereich Sportanlagenbau an der EHSM, erklärte anhand von verschiedenen Beispielen was hinsichtlich den Investitions- und Betriebskosten zu beachten sei. Ruedi Zesiger, ehemaliger Geschäftsführer und Sportchef der SC Langnau Tigers (Eishockey Nationalliga A), heute Leiter Fachstab Jugend- und Erwachsenensport am BASPO, teilte seine Erkenntnisse hinsichtlich der Sanierung und Erweiterung des Iffistadions in Langnau mit.

### 2.3.1 Kosten- und Aufwandsschätzung für eine Sport- und Eventhalle

Niklaus Schwarz orientierte sich während seinem Key Note an vergleichbaren Sportanlagen, welche in der Schweiz gebaut wurden oder in Planung sind.

Folgende Sportanlagen wurden als Vergleichsobjekte vorgestellt:

- Freizeit- und Sportarena Adelboden
- Sporting Park Engelberg
- Sportzentrum Grindelwald
- Sportpark Bergholz Wil
- Sportpark Bünz matt Wohlen
- GLKB Arena Glarus
- Irschi Arena Brig
- Eissport- und Eventhalle Raron
- Kletterhalle O'Bloc Ostermundigen



Niklaus Schwarz

Neben den Baukosten der verschiedenen Anlagen wurden ebenfalls, falls vorhanden, die Betriebskosten erläutert. Die Baukosten der vorgestellten Eissportanlagen bewegen sich zwischen CHF 15-20 Mio. Franken (Ausnahmen Glarus und Raron). Dabei ist ein direkter Vergleich jedoch schwierig, da das Raumprogramm meist sehr unterschiedlich ist. Als Vergleichswert kann diese Grössenordnung jedoch sicher dienen.

Sportanlagen, welche für die öffentliche Nutzung errichtet wurden, sind in der Regel defizitär. Die meisten der vorgestellten Kunsteisbahnen benötigen jährliche Zuschüsse der öffentlichen Hand in der Höhe von mehreren hunderttausend Franken, um den Betrieb aufrecht zu erhalten.

Da Eissportanlagen sehr aufwändig im Betrieb sind, ist es umso wichtiger, diesen möglichst effizient zu organisieren. Die Betriebsabläufe sind zentral für den finanziellen Erfolg einer Sportanlage und sind ein zwingender Bestandteil der Konzeption einer Sport- und Eventhalle. Hierzu wurden die Vergleichsbeispiele Sportpark Bergholz Wil und Kletterhalle O'Bloc Ostermundigen präsentiert. In beiden Anlagen ermöglicht die geschickte interne Organisation, den Betrieb der verschiedenen Angebote mit wenig Personal von einem zentralen Standort aus.

Die Sportanlage soll zukunftsorientiert sein. Eine etappenweise Realisierung in verschiedenen Modulen hat zwar finanzielle Vorteile. Je nach Gestaltung sollte aber ein genügend grosses Grundangebot bereits zu Beginn realisiert werden. Zudem ist es sinnvoll, das Projekt für die nächsten Schritte, sei dies ein Anbau/Ausbau neben oder über der Halle, bereits vorzubereiten bzw. miteinzuplanen.

Tabelle 1 : Schlüsselfaktoren Investitions- und Betriebskosten

Schlüsselfaktoren Investitions- und Betriebskosten
Sportanlagen mit einem öffentlichen Auftrag sind (meistens) defizitär.
Baukosten können nicht beliebig reduziert werden (die Eisanlage kann bei einem Eisfeld nicht weggespart werden).
Betriebskosten können mit einem optimalen Konzept niedrig gehalten werden.
Ein modularer Aufbau in Etappen ist für die Finanzierung von Vorteil.
→ <b>Hauptaussage: Ein solches Projekt bringt einen Mehrwert für die Bevölkerung und den Tourismus, bringt aber auch Mehrkosten für die öffentliche Hand.</b>

### 2.3.2 Sanierung und Erweiterung der Iffishalle in Langnau

Während Jahren wurde in Langnau vergeblich versucht, Investoren für ein neues Eisstadion zu finden. Dabei war der Standort ein zentrales Thema. Zwischenzeitlich wurde ein Stadion bei Lyssach nahe der Autobahn diskutiert, was bei den Anhängern der SCL Tigers zu Unmut führte. Die politischen und gesellschaftlichen Diskussionen wurden zeitweise leidenschaftlich geführt, was die Bedeutung des Stadions bzw. der SCL Tigers für das Emmental demonstrierte.

Erst als Anfang Saison 2009/10 infolge finanzieller Probleme ein neuer Verwaltungsrat die Führung der SCL Tigers übernahm, begann sich das Vorhaben zu konkretisieren. Den neuen, in lokalen Unternehmungen verwurzelten, Verwaltungsräten gelang es, die SCL Tigers finanziell zu retten sowie die Gemeinde Langnau und die Iffis Stadion AG davon zu überzeugen, das alte Iffisstadion zu sanieren und zu einer Iffishalle mit Eventräumlichkeiten zu erweitern. Gleichzeitig erklärten sich die Verwaltungsräte dazu bereit, in dieses Projekt zu investieren. Ruedi Zesiger, der zusammen mit den neuen Verwaltungsräten als Geschäftsführer und Sportchef zu den SCL Tigers gestossen war, erlebte die Sanierung und Erweiterung des Iffisstadions hautnah mit und prägte die damit verbundenen politischen und kommunikativen Prozesse.



Ruedi Zesiger

Vor der Sanierung waren die Betriebsverhältnisse im Iffisstadion insbesondere im Bereich der Catering- und Werberechte sehr komplex. Das Stadionrestaurant und die Kioske wurden von einem Pächter der Iffis Stadion AG betrieben, welcher den SCL Tigers jährlich einen umsatzabhängigen Beitrag abzuliefern hatte. Die SCL Tigers ihrerseits betrieben während den Meisterschaftsspielen auf eigene Rechnung ein Fanzelt vor dem Stadion. Neben den SCL Tigers verfügte auch die Iffis Stadion AG über vereinzelte Werberechte. Diese Konstellation führte immer wieder zu Diskussionen. Im Rahmen der Planungsarbeiten wurden deshalb nicht nur die effektiven Raumbedürfnisse evaluiert, sondern es wurde von Beginn weg auch dem Betriebskonzept Rechnung getragen. Dieses sah vor, dass künftig die SCL Tigers vollumfänglich über die Catering- und Werberechte verfügen können.

Die Strategie, das alte Stadion zu sanieren und zu erweitern, das klare und einfache Betriebskonzept sowie die erstmalige Playoff-Qualifikation der SCL Tigers in der Saison 2010/11 wirkten sich sehr motivierend auf die Investoren aus. Die Verwaltungsräte ermöglichten mit ihren Investitionen ein grosszügiges Raumkonzept für den Spiel- und Eventbetrieb und die Gemeinde Langnau stimmte einem neuen Dach für die Iffishalle zu. Das hohe Commitment aller Beteiligten und die breite politische Unterstützung der Langnauer Bevölkerung wirkten sich auch positiv auf die Vergabe der Bauarbeiten aus. Es kamen vor allem lokale Firmen zu Zug, die gleichzeitig auch bereit dazu waren, einen Obolus zu Gunsten der SCL Tigers zu leisten.

Am Schluss seiner Ausführungen wies Ruedi Zesiger darauf hin, wie wichtig es sei, bereits während des Planungsprozesses kompetentes Personal einzubeziehen. Bei der Planung der Eissportinfrastrukturen sollte beispielsweise von Beginn weg ein erfahrener Eismeister mitwirken können. Das Gleiche gilt hinsichtlich des Restaurationsbetriebs und der Vermarktung. Mit professionellem Fachpersonal kann die Anlage letztlich zielführend geplant, gebaut und betrieben werden.

Die Region Emmental und die SCL Tigers haben mit der neuen Iffishalle die benötigte Infrastruktur für NL-Eishockey und Events erhalten. Durch das neue Betriebskonzept haben sich die wirtschaftlichen Grundlagen der SCL Tigers deutlich verbessert. Die Einnahmen aus dem Sport, der Gastronomie und den Events fliessen zum Eishockeyclub. Zurzeit planen die SCL Tigers den Ausbau ihrer Infrastruktur. Neben der Iffishalle soll ein zweites gedecktes Eisfeld entstehen. Die eistechnischen Voraussetzungen dafür wurden bereits bei der Sanierung des alten Stadions geschaffen.



Tabelle 2 : Schlüsselfaktoren Ifishalle Langnau

<b>Schlüsselfaktoren Ifishalle Langnau</b>
Ein Projekt mit überzeugendem Nutzen für die ganze Region.
Der geeignete Standort.
Investitions- und Betriebskosten wurden vor dem Baubeginn geregelt.
Betriebsabläufe (Eis- und Eventbetrieb) wurden vor dem Baubeginn geregelt.
Kompetentes Personal (Eismeister, Restauration, Vermarktung, usw.) in sämtlichen Phasen.
Raum für Entwicklungspotential ist vorhanden.
<b>→ Hauptaussage: Das Projekt so gestalten, dass alle Stakeholder an einem Strang ziehen.</b>

## 2.4 Relevante Stakeholder für die Sport- und Eventhalle Saas-Grund

Als Stakeholder werden Personen, Gremien, Vereinigungen oder Firmen bezeichnet, welche ein berechtigtes Interesse am Verlauf, der Entwicklung und des Erfolges eines Prozesses oder Projektes haben. Eine Sport- und Eventhalle wird vielfältig genutzt und weckt ein breites Interesse in der Öffentlichkeit. Vielseitige Bedürfnisse werden geweckt, da zumindest ein Teil der nötigen Gelder von der öffentlichen Hand bereitgestellt werden. Gerade in einer Tourismusregion wie dem Saastal ist daher eine breite Abstützung wichtig.

Abbildung 5 veranschaulicht die relevanten Stakeholder für die Sport- und Eventhalle Saas-Grund, welche ein Interesse an der regionalen Entwicklung durch Sport im Saastal haben.

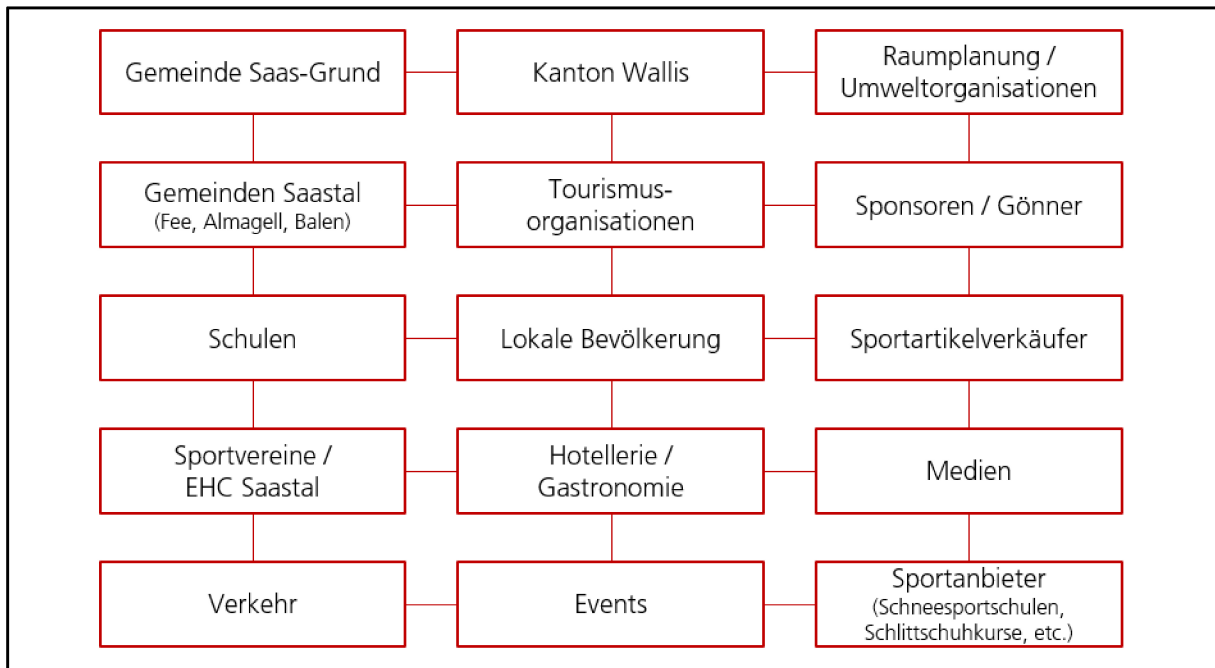


Abbildung 5: Stakeholder für die Sport- und Eventhalle Saas-Grund (eigene Darstellung)

Wie Ruedi Zesiger in seinem Referat aufzeigte, ist es zentral die relevanten Stakeholder frühzeitig in den Entwicklungsprozess mit einzubeziehen, um die Akzeptanz und Unterstützung für eine Sport- und Eventhalle zu gewährleisten. In den Workshops 1 und 2 wurden deshalb Vertreter der relevanten Stakeholdergruppen eingeladen und zum gemeinsamen Diskutieren angeregt.

Stakeholder sind für den weiteren Projektverlauf von grosser Bedeutung. Verschiedene Stakeholder werden im weiteren Projektverlauf verstärkt eingebunden. Möglicherweise werden einige Stakeholder zu Shareholdern (Teilhaber) der Sport und Eventhalle Saas-Grund.

## 2.5 Qualitätsstandards für die Regionalentwicklung durch Sport

Basierend auf den Herleitungen zur „Standortförderung durch Sport“ wurden Qualitätsstandards (siehe Anhang 11.3 Qualitätsstandards Sport- und Eventhalle Saas-Grund) für die Regionalentwicklung durch Sport in den vier Hauptbereichen ausformuliert. Hierzu wurden zum einen verschiedene Richtlinien, Reglemente und Broschüren analysiert, zum anderen wurden die Qualitätsstandards mit Experten aus dem Sportanlagenbau ausgearbeitet.

Die Qualitätsstandards dienen dazu, die Anforderungen einer Sport- und Eventhallen aufzuzeigen. Die Schwierigkeiten einer komplexen Variante werden für den Betrieb, die Vermarktung und die Kommunikation schnell ersichtlich.

Tabelle 1 zeigt die wichtigsten Qualitätsstandards für die Regionalentwicklung durch Sport aus Sicht der Teilnehmenden des Workshop 1. Die Teilnehmenden identifizierten die Bereiche, in welchen ein Entwicklungspotential besteht und welche Bereiche relevant für die Entwicklung ihrer Region sind.

Tabelle 3: Wichtigste Qualitätsstandards für die Regionalentwicklung durch Sport

Qualitätsstandards für die Regionalentwicklung durch Sport	
Angebote & Dienstleistungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Restaurant / Kaffee</li> <li>• Alternative Sportmöglichkeiten</li> <li>• Eishockey hat Priorität auf dem Eisfeld</li> <li>• Attraktive Packages für Trainingslager</li> <li>• Kundenorientierte Kommunikation und Vermarktung</li> </ul>
Betreuung & Ausbildung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Austragung von J+S-Ausbildungskursen</li> <li>• Angebot entspricht J+S-Nachwuchsförderungsrichtlinien</li> <li>• Region verfügt über einen funktionsfähigen Eishockeyclub</li> <li>• Spezifische Angebote für Kinder und Jugendliche</li> <li>• Qualifizierte Trainer und Instruktoeren</li> </ul>
Events & Wettkämpfe	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kundenorientierte Vermarktung</li> <li>• Jährliche Nachwuchswettkämpfe</li> <li>• Musikanlässe</li> <li>• Jährliche sportartenübergreifende Plauschevents</li> <li>• Eingespieltes OK und Pool an freiwilligen Helfern</li> </ul>
Infrastruktur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Professionelle Vermarktung</li> <li>• Tourismus erhält regelmässigen Zugang zum Eis</li> <li>• Aussensportanlagen zur erweiterten Nutzung</li> <li>• Schulen erhalten regelmässigen Zugang zum Eis</li> <li>• Fitnessraum mit moderner Infrastruktur</li> </ul>

Die Diskussionen zu den Qualitätsstandards während dem Workshop 1 zeigten die Prioritäten der verschiedenen Stakeholder auf. Die Teilnehmer waren sich einig über die Relevanz der Sport- und Eventhalle für den touristischen Nutzen. Eishockey hat ebenfalls einen hohen Stellenwert, jedoch muss das Angebot komplementär zum bestehenden Angebot im Saastal konzipiert werden. Somit wurde bereits im Workshop 1 eine Multisporthalle mit Eishockey und verschiedenen Attraktionen in einer zweiten Halle priorisiert.

Ein Restaurant oder Kaffee und eine professionelle Kommunikation und Vermarktung über sämtliche Bereiche wurden ebenfalls als sehr wichtig eingestuft. Im Gegenzug dazu wurde die Relevanz von Events als tief betrachtet.

Durch die Berücksichtigung der identifizierten Anforderungen in der Diskussion zu den Strategievarianten und den Umsetzungsmassnahmen könnte die Sport- und Eventhalle Saas-Grund zur Regionalentwicklung und Sportförderung ideal positioniert werden.

## 3. Externe Analyse Sport- und Eventhalle

Im folgenden Kapitel wird die externe Analyse für die Sport- und Eventhalle Saas-Grund dargelegt. Die Analyse fokussiert sich auf ausgewählte sportrelevante Themen. Eine vollumfängliche Analyse ist nicht Teil des Auftrages der EHSM. Die beschriebenen Themen zeigen auf, welche Chancen und Gefahren für die Sport- und Eventhalle Saas-Grund aus sportlicher Sicht bestehen.

### 3.1 Allgemeine Trends im Sport

Allgemeine Trends zeigen die generellen Entwicklungen, welche einen Einfluss auf die verschiedenen Teilbereiche der Gesellschaft haben. Im Vordergrund dieser Analyse stehen dabei die Trends im Freizeitverhalten der Schweizer Bevölkerung, die Entwicklung in Abhängigkeit der verschiedenen Altersgruppen, des digitalen Fortschrittes und des Klimawandels.

#### 3.1.1 Mega-Trends im Sportverhalten

Bis in die 70er Jahre war Sport nichts anderes als die herrlichste Nebensache der Welt. Dies hat sich stark verändert, da die Gestaltung der Freizeit („Work-Life-Balance“) eine wichtige Bedeutung eingenommen hat. Gemäss der Studie „Das Kultur und Freizeitverhalten in der Schweiz“ (Moeschler & Herzig, 2016), ist die Kategorie „Sport, Bewegung und Fitness“<sup>1</sup> mit über 80% die häufigste Freizeitaktivität der Befragten. An zweiter und dritter Stelle stehen die Kategorien „Freunde und Bekannte auswärts treffen“ und „Wandern, Picknicken, Ausflüge machen“.

Allgemein hat in den letzten Jahren ein Sportboom eingesetzt. Laut der Publikation „Sport Schweiz 2014“ ist der Anteil derjenigen Personen, die „mehrmals pro Woche“ aktiv sind, in den letzten 40 Jahren von 22% auf 52% gestiegen (Lamprecht, Fischer & Stamm, 2014). Gleichzeitig schrumpfte die Kategorie der „weniger als einmal pro Woche“-Aktiven von 20% auf 5%. Einzig die Gruppe der nicht sportlich aktiven Personen bleibt über die Jahre relativ stabil und lag 2014 bei 26%. Mit dem Sportboom hat sich auch das Teilnehmerfeld erweitert. War Sporttreiben vor gut 30 Jahren noch überwiegend eine Angelegenheit für jüngere Männer, so treiben heute auch ältere Personen sowie Frauen mit Begeisterung Sport. Der Geschlechterunterschied ist kaum mehr ersichtlich.

Durchschnittlich gibt die Schweizer Wohnbevölkerung zwischen 16 und 74 Jahren jährlich rund CHF 2'500.- für den Sport aus. Sportreisen / -ferien belasten das Sportbudget am stärksten. Gemäss der Studie „Sport und Wirtschaft Schweiz – Wirtschaftliche Bedeutung des Sports in der Schweiz“ erwirtschaftete die gesamte Sportwirtschaft 2014 einen Umsatz von CHF 20.7 Mia. (Rütter, et al., 2016). Somit leistet der Sport insgesamt einen Beitrag von 1.6% zum Bruttoinlandprodukt und 2.4% zur Gesamtbeschäftigung in der Schweiz.

Diese Fakten zeigen auf, dass der Sport einen hohen Stellenwert in der Schweizer Bevölkerung geniesst. Herr und Frau Schweizer sind bereit für ihr Sporttreiben Zeit und Geld zu investieren. Eine Sport- und Eventhalle, welche Erlebnisse schafft, entspricht diesem Trend.

#### 3.1.2 Sportliche Entwicklung der Bevölkerung

Der Anteil der älteren Personen hat in den letzten hundert Jahren stark zugenommen. Auf Grund der Migration, der tiefen Geburtenraten und der höheren Lebenserwartung hat der Anteil der jungen Personen, die in der Schweiz wohnen, stark abgenommen (Moeschler & Herzig, 2016). Auf Grund der demografischen Veränderung und der Alterung der Gesellschaft treiben mehr ältere Personen Sport, was vielfach damit gekoppelt ist, dass das Einkommen mit dem Alter steigt und somit mehr finanzielle Mittel für den Sport zur Verfügung stehen. Insbesondere Sportarten, die bis ins hohe Alter ausgeführt werden können, bergen grosses Potential. Gerade „Wandern“, „Langlaufen“ und „Biken / Velofahren“ sind sehr beliebt, aber auch Eissportarten wie „Eishockey“ zeigen eine Zunahme der älteren Semester. Die Studie Sport Schweiz 2014 hat aufgezeigt, dass die Sportaktivität ab 35 Jahren nur geringfügig sinkt. Somit wird der Erwachsenen- und Seniorensport prozentual im Vergleich zum Jugendsport zunehmen.

---

<sup>1</sup> Gemessen an den Skalen „1 Mal pro Woche und mehr (häufig)“ und „1-3 Mal pro Monat (regelmässig)“.

Abschliessend kann gesagt werden, dass die Schweizer Bevölkerung wächst und immer mehr ältere Personen in der Schweiz leben. Somit steigt der potentielle Markt an Sportkunden.

### **3.1.3 Digitalisierung im Sport**

Das Internet nimmt in der Kommunikation und der Vermarktung eine immer grössere Bedeutung ein. Entsprechende Instrumente wie eine interaktive Webseite, Facebook, Twitter und weitere Soziale Medien sind nicht mehr wegzudenken. Dank diesen Instrumenten können Informationen schnell verbreitet werden und sind zudem günstiger als klassische Printmedien. Die Bearbeitung dieser bedingt jedoch einen hohen zeitlichen Aufwand und ist schwer planbar. Eine einfache, terminierte und auf die entsprechende Zielgruppe ausgerichtete Kommunikation ist zentral. Neuigkeiten müssen zum richtigen Zeitpunkt an die Interessenten gebracht werden und dies auf globaler Ebene. Gerade im Sport ist die Verbreitung von „content“ (Inhalt) in den letzten Jahren stark gewachsen. Social Media ist für die Selbstvermarktung von Athleten zentral geworden. Roger Federer oder Dario Cologna beispielsweise twittern regelmässig über ihr Training, die neuen Schuhe oder ihre nächsten Wettkämpfe.

Mit der Strategie „Saastal 2020 – Smart Destination“ verfolgt die Saastal Tourismus AG die oben erwähnte Form der Vermarktung. Der Schwerpunkt der Saastal Tourismus AG liegt in der digitalen Vermarktung der Destination. Mit kooperativen Online-Kampagnen mit allen Leistungsträgern (Hotels, Restaurants, usw.) ergeben sich Möglichkeiten vergünstigte Produktpakete anzubieten. Durch eine gemeinsame Nutzung von Keywords, Ads und anderen Tools arbeiten die Leistungsträger, welche normalerweise in einem kompetitiven Umfeld sind, kooperativ.

E-Sport bezeichnet eine weitere Form der Digitalisierung im Sport. Die Sportwelt wird vermehrt durch die Unterstützung von Computern inszeniert. Gerade für die Zielgruppe von Kindern und Jugendlichen sind virtuelle Realitäten eine moderne Form der Erlebniskreation. Digitalisierung bedeutet nicht, dass der Nutzer vor einem Bildschirm sitzt und „gamet“ (Computerspielen) und sich somit sportlich nicht betätigt. In der Angebotsentwicklung können entsprechende Installationen berücksichtigt werden, welche den Nutzer durch virtuelle Realitäten zur Bewegung animiert.

Digitalisierung bezeichnet eine unaufhaltsame Entwicklung der modernen Zeit und muss zwingend bei der Konzipierung der Sport- und Eventhalle Saas-Grund berücksichtigt werden. Durch beispielsweise virtuelle Realitäten werden enorme Chancen für neue Angebote geschaffen und mit einer digitalen Vermarktung wird das Angebot an den Kunden gebracht.

### **3.1.4 Klimawandel und Sport**

Dass die globalen Temperaturen steigen, zeigen verschiedene Berichte von Forschungsinstituten. „Gemäss dem IPCC-Bericht 2007 wird die globale Temperatur bis Ende des 21. Jahrhunderts um zwischen 1.8 und 4°C zunehmen“ (Müller & Weber, 2008). Die Temperaturzunahme im Alpenraum wird voraussichtlich höher ausfallen als im globalen Mittel. Klimaszenarien sind sehr unterschiedlich, jedoch muss damit gerechnet werden, dass die Frosttage immer seltener werden. Sommertrockenheit wird immer häufiger und vor allem im Winterhalbjahr werden Starkniederschläge häufiger und intensiver auftreten (Müller, 2011).

Neueste Klimamodelle gehen von einem Anstieg der Schneesicherheitslinie bis 2030 um 200 – 250 Metern aus. Durch den fehlenden Schnee in tieferen Lagen fehlt ebenfalls die Wintersport-Atmosphäre. Daher fehlt der Bevölkerung die Lust auf Schneesport, was ausbleibenden Tourismus zur Folge haben kann (Müller, 2011). Tiefergelegene Wintersportanlagen haben heute bereits Mühe durchgehend gute Schneeverhältnisse bieten zu können. Saas-Grund ist als fünfthöchstes Schneesportgebiet der Schweiz beispielsweise relativ schneesicher. In den letzten Jahren war aber in der ganzen Schweiz ein späterer Saisonstart zu spüren, weshalb die Wintersportgebiete vielerorts die Pisten künstlich beschneien.

Die erhöhten Temperaturen und das Ausbleiben des Permafrosts bringen Veränderungen in der Landschaft mit sich. Die sehr attraktiven Gletscher und Gletscherseen verschwinden oder verändern sich. Naturkatastrophen wie Gletscherabbrüche oder Gerölllawinen können den Tourismus beeinflussen.

Der Tourismus ist bereits heute ein wichtiger Emittent von CO<sup>2</sup> und wird wegen der grossen Bedeutung der Mobilität sowie seinem grossen Wachstumspotenzial zunehmend zu einem zentralen Treiber des Klimawandels (Müller, 2011). Alternative Aktivitäten wie Schneesport müssen zwingendermassen in das Angebot einer Region aufgenommen werden, die Gefahren müssen minimiert und die Bevölkerung muss durch gezielte Kommunikation auf die Folgen und Ursachen des Klimawandels sensibilisiert werden.

## 3.2 Sportverhalten nach ausgewählten Sportarten

Das folgende Kapitel gibt einen Überblick über den Sport in der Schweiz. Die Studie Sport Schweiz 2014 misst die Sportaktivität und das Sportinteresse der Schweizer Bevölkerung. Mittels dieser Studie können Aussagen über den Sport und dessen Entwicklung und Trends abgeleitet werden. Die einzelnen Sportarten wurden basierend auf deren Relevanz für das Saastal ausgewählt.

### 3.2.1 Gesamtüberblick

Wie in Tabelle 2 ersichtlich sind „Wandern“, „Radfahren“, „Schwimmen“, „Skifahren“ und „Joggen“ die beliebtesten Sportarten der Schweizer Bevölkerung. „Fitnesstraining, Aerobics“ erfreuen sich ebenfalls grosser Beliebtheit und sind mit 9,6% auf dem ersten Rang der ausgeübten Hauptsportarten. Herr und Frau Schweizer empfinden „draussen in der Natur sein“, „Gesundheit fördern“ und „Spass haben“ als die wichtigsten Sportmotive. „Leistung und Wettkampf“ sind für den grössten Teil der Schweizer Bevölkerung weniger wichtig. Während noch rund die Hälfte beim Sporttreiben persönliche Ziele verfolgen, ist der Leistungsvergleich für nur etwa einen Fünftel von Bedeutung.

Tabelle 4 : Sportartenpräferenzen der Sportler

Sportartenpräferenzen der Sportler							Als Hauptsportart ausgeübt (in % der Bevölkerung)
		Nennung (in % der CH-Bevölkerung)	Veränderung 2000-2014	Häufigkeit der Ausübung (durchschnittl. Anzahl Tage pro Jahr)	Durchschnittsalter (in Jahren)	Frauenanteil (in %)	
1	Wandern, Bergwandern	44.3	+6.9	20	49	56	7.6
2	Radfahren (ohne Mountainbiking)	38.3	+2.7	45	44	61	3.7
3	Schwimmen	35.8	+4.2	20	44	61	3.7
4	Skifahren (ohne Skitouren)	35.4	+8.8	10	42	49	3.0
5	Jogging, Laufen	23.3	+5.7	50	39	50	8.7
6	Fitnesstraining, Aerobics	19.8	+7.2	90	41	58	9.6
7	Turnen, Gymnastik	9.8	-2.1	45	53	73	4.1
8	Fussball	7.8	+0.4	45	30	11	3.2
9	Tanzen, Jazztanz	7.8	+0.4	45	30	11	3.2
10	Walking, Nordic Walking	7.5	-1.3	45	52	84	2.9
11	Yoga, Tai Chi, Qi Gong	7.1	+3.2	45	46	88	3.0
12	Mountainbiking	6.3	+0.2	30	41	29	1.7
13	Tennis	5.2	+0.4	30	42	35	1.5
14	Snowboarding (ohne Snowboardtouren)	5.1	-0.1	10	27	44	0.3
15	Krafttraining, Bodybuilding	4.9	+1.5	90	43	43	1.3
16	Skilanglauf	4.1	-0.4	10	50	54	0.2
17	Ski-/Snowboardtouren, Schneeschuhlaufen	3.9	+1.2	10	48	56	0.2
18	Schlitteln, Bob	3.3	+3.1	4	39	69	0.0
-	-	-	-	-	-	-	-
23	Klettern / Bergsteigen	2.2	+0.5	15	34	42	0.5
-	-	-	-	-	-	-	-
30	Eislaufen	1.3	+0.5	5	40	72	0.0
31	Eishockey	1.2	+0.2	25	33	2	0.4

Betrachtet man die sozialen Unterschiede der Schweizer Bevölkerung, wird ersichtlich, dass sich die sozio-demografischen Unterschiede zwischen den Geschlechtern, Altersgruppen oder Regionen deutlich reduziert haben. Die sozioökonomischen Unterschiede bleiben aber bestehen. Die Bildung hat einen grossen Einfluss auf die Sportaktivität in der Schweiz. Von den Schweizern, die nach der obligatorischen Schulzeit ihre Ausbildung abgeschlossen haben, treiben 48% nie Sport. Hingegen treiben fast die Hälfte aller Schweizer mit einer tertiären Ausbildung „mehrmals pro Woche, insgesamt mehr als drei Stunden und mehr“ Sport (Fachschule / Fachhochschule: 48%; Hochschule / Uni: 46%). Das Haushaltseinkommen erwies sich aber als der wichtigste Einflussfaktor. Unabhängig von Alter und Geschlecht weisen Personen mit einem überdurchschnittlichen Haushaltseinkommen eine höhere Sportaktivität auf als Personen mit einem unterdurchschnittlichen Haushaltseinkommen.

### 3.2.2 Eishockey

Zwischen 2008 und 2014 nahm die Ausübung von „Eishockey“ um 0.2 Prozentpunkten zu. Diese erfreuliche Entwicklung widerspiegelt sich in den Aktivitäten auf dem Eis. Obwohl „Eishockey“ hauptsächlich von jungen Männern gespielt wird, hat das Eishockeyspiel bei der Altersgruppe der 45-49 Jährigen zugenommen. Nicht zuletzt wegen der Bronzemedaille der Schweizerischen Nationalmannschaft der Frauen an den Olympischen Spielen in Sochi 2014, verzeichnet das Fraueneishockey einen starken Zuwachs. „Eishockey“ wird hauptsächlich organisiert in einem Verein gespielt. Die 25'000 in der Schweiz lizenzierten Spieler spielen in der Regel 21-50 Tage pro Jahr aufgeteilt in Einheiten von 1-2 Stunden.

Viele Clubs fahren über die Sommer- und Herbstferien in Trainingslager. Für ambitionierte Juniorinnen und Junioren besteht auch die Möglichkeit, ein Camp ausserhalb des eigenen Vereins zu besuchen. Diese Camps werden in der Regel von aktiven oder Ex-Profis geleitet. Jugend und Sport bewegte 2016 17'230 Jugendliche und Kinder in 1'047 Lager und Kursen.

Tabelle 5 : Ausübung der Sportart Eishockey

<b>Ausübung der Sportart Eishockey nach Häufigkeit (Anzahl Tage pro Jahr) und Dauer (Minuten / Stunden pro Aktivität) Angaben in % der Ausübenden</b>								
	1-5 Tage	6-10 Tage	11-20 Tage	21-50 Tage	51-100 Tage	101-200 Tage	Mehr als 200 Tage	<b>Total</b>
Bis 30 Min				1				<b>1</b>
31 Min - 1 Std	2	1		10	2	1		<b>16</b>
>1 Std – 2 Std	10	8	16	24	6	2	5	<b>71</b>
>2 Std – 3 Std	1	2		2		1	1	<b>7</b>
>3 Std – 5 Std	3		1	1				<b>5</b>
Über 5 Std								<b>0</b>
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>11</b>	<b>17</b>	<b>38</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>100</b>

### 3.2.3 Eislaufen

Auch die Sportart „Eislaufen“ verzeichnete zwischen 2008 und 2014 eine positive Veränderung in der Ausübung der Sportart von 0.5 Prozentpunkten. Es wird angegeben, dass 1.3% der Schweizer Bevölkerung „Eislaufen“ ausübt. Betrachtet man jedoch Tabelle 4, relativieren sich diese Zahlen gerade im Vergleich zum „Eishockey“. 53% der Personen, welche „Eislaufen“ ausüben, betreiben dies an 1-5 Tagen pro Jahr. 0.0% der Schweizer Bevölkerung gibt an „Eislaufen“ als Hauptsportart auszuüben.

Der Schweizerische Eislaufverband SEV vereint 5 Disziplinen unter dem Begriff „Eislaufen“. 2017 verzeichnete der SEV 2441 lizenzierte Eisläufer. Kunstlauf ist mit 19'59 Lizenzen die bedeutendste Disziplin neben Synchronized Skating mit 429 Lizenzen. Schnellauf (27 Lizenzen), Eistanz (20 Lizenzen) und Short Track (6 Lizenzen) sind für den Schweizer Sport unbedeutend.



Tabelle 6 : Ausübung der Sportart Eislaufen

<b>Ausübung der Sportart Eislaufen nach Häufigkeit (Anzahl Tage pro Jahr) und Dauer (Minuten / Stunden pro Aktivität) Angaben in % der Ausübenden</b>								
	1-5 Tage	6-10 Tage	11-20 Tage	21-50 Tage	51-100 Tage	101-200 Tage	Mehr als 200 Tage	Total
Bis 30 Min	2			2				4
31 Min - 1 Std	17	5	6	2				30
>1 Std – 2 Std	23	12	6	2		1		44
>2 Std – 3 Std	8	5	2	2				17
>3 Std – 5 Std	3	1				1		5
Über 5 Std								0
<b>Total</b>	<b>53</b>	<b>23</b>	<b>14</b>	<b>8</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>100</b>

### 3.2.4 Skifahren und Snowboard

„Skifahren“ erlebt zurzeit eine positive Entwicklung in der Schweiz. 35% der Schweizerinnen und Schweizer fahren Ski, was einer Steigerung zwischen 2008 und 2014 von 8.8 Prozentpunkten ausmacht. „Snowboarding“ erlebte entgegen dem „Skifahren“ keine wesentlichen Änderungen. Nach wie vor fahren 5.1% der Schweizer Bevölkerung Snowboard. Im Mittel fahren Ski- und Snowboardfahrer zehn Tage im Jahr und wie in Tabelle 7 ersichtlich wird in der Regel mehr als drei Stunden pro Tag.

Nicht nur das Fahren auf den Pisten bereitet den Schweizern Freude. 1.4% aller Schweizerinnen und Schweizer üben die Sportart „Ski- und Snowboardtouren“ aus. Tourengänger sind im Mittel zehn Tage unterwegs und geben an fünf Stunden pro Tag die Aktivität auszuüben.

2016 bewegte Jugend und Sport 48'296 Jugendliche und Kinder in 1'938 Lagern.

Tabelle 7 : Ausübung der Sportarten Skifahren und Snowboard

<b>Ausübung der Sportart Skifahren nach Häufigkeit (Anzahl Tage pro Jahr) und Dauer (Minuten / Stunden pro Aktivität) Angaben in % der Ausübenden</b>								
	1-5 Tage	6-10 Tage	11-20 Tage	21-50 Tage	51-100 Tage	101-200 Tage	Mehr als 200 Tage	Total
Bis 30 Min								0
31 Min - 1 Std	1							1
>1 Std – 2 Std	2	2	1					5
>2 Std – 3 Std	3	4	3	2				12
>3 Std – 5 Std	12	23	15	7				57
Über 5 Std	4	10	7	3	1			25
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>39</b>	<b>26</b>	<b>12</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>100</b>
<b>Ausübung der Sportart Snowboard nach Häufigkeit (Anzahl Tage pro Jahr) und Dauer (Minuten / Stunden pro Aktivität) Angaben in % der Ausübenden</b>								
	1-5 Tage	6-10 Tage	11-20 Tage	21-50 Tage	51-100 Tage	101-200 Tage	Mehr als 200 Tage	Total
Bis 30 Min								0
31 Min - 1 Std								0
>1 Std – 2 Std	1	1						2
>2 Std – 3 Std	5	2	3					10
>3 Std – 5 Std	15	16	13	4	1			49
Über 5 Std	10	12	12	5				39
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>31</b>	<b>28</b>	<b>9</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>100</b>

### 3.2.5 Klettern, Bergsteigen und Wandern, Bergwandern

44,3 % der Schweizer Bevölkerung wandert und bergwandert. 2,2% der Schweizer Bevölkerung übt Klettern und Bergsteigen aus. Beide Sportarten werden hauptsächlich ungebunden ausgeübt, wobei „Klettern/ Bergsteigen“ vermehrt organisiert in einem Verein oder anderem Setting gemacht wird. Wie in Tabelle 5 ersichtlich, werden beide Sportartengruppen in der Regel mehr als 2-3 Stunden pro Tag ausgeführt. Ebenfalls werden beide Sportartengruppen hauptsächlich in der Natur betrieben. Nach dem Alter betrachte wird klar, dass „Wandern/ Bergwandern“ eine Sportart für ältere Personen ist, da es 55% der Schweizerinnen und Schweizer zwischen 60 und 74 Jahren ausüben. 24,7% der Bevölkerung zwischen 15 und 29 Jahren wandert und 4,7% dieser Gruppe klettern und betreiben Bergsteigen.

Klettern wird 2020 in Tokio erstmals an den Olympischen Spielen vertreten sein. Dies zeigt, dass sich Klettern weltweit in einer positiven Entwicklung befindet. In der Schweiz wurden in den letzten Jahren, gerade in grossen Agglomerationen, viele Kletterhallen errichtet.

Tabelle 8 : Ausübung der Sportarten Klettern, Bergsteigen / Wandern, Bergwandern

<b>Ausübung der Sportart Klettern, Bergsteigen nach Häufigkeit (Anzahl Tage pro Jahr) und Dauer (Minuten / Stunden pro Aktivität) Angaben in % der Ausübenden</b>								
	1-5 Tage	6-10 Tage	11-20 Tage	21-50 Tage	51-100 Tage	101-200 Tage	Mehr als 200 Tage	<b>Total</b>
Bis 30 Min								<b>0</b>
31 Min - 1 Std	4	4		1				<b>0</b>
>1 Std – 2 Std	5	8	4	6	4	1		<b>28</b>
>2 Std – 3 Std	7	5	5	6	2	2	2	<b>29</b>
>3 Std – 5 Std	3	2	8	3	2	4		<b>22</b>
Über 5 Std	1	2	4	4	1			<b>12</b>
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>21</b>	<b>21</b>	<b>20</b>	<b>9</b>	<b>7</b>	<b>2</b>	<b>100</b>
<b>Ausübung der Sportart Wandern, Bergwandern nach Häufigkeit (Anzahl Tage pro Jahr) und Dauer (Minuten / Stunden pro Aktivität) Angaben in % der Ausübenden</b>								
	1-5 Tage	6-10 Tage	11-20 Tage	21-50 Tage	51-100 Tage	101-200 Tage	Mehr als 200 Tage	<b>Total</b>
Bis 30 Min				1			1	<b>2</b>
31 Min - 1 Std		1	1	2	2	2	4	<b>12</b>
>1 Std – 2 Std	2	3	3	6	3	2	2	<b>21</b>
>2 Std – 3 Std	3	5	6	5	2	1	1	<b>23</b>
>3 Std – 5 Std	6	9	8	6	2		1	<b>32</b>
Über 5 Std	2	3	3	2				<b>10</b>
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>21</b>	<b>21</b>	<b>22</b>	<b>9</b>	<b>5</b>	<b>9</b>	<b>100</b>

Für Familien, Kinder und Jugendliche sind Seilparks eine gute Freizeitbeschäftigung in der Natur. Dem Verband Schweizer Seilparks sind zurzeit 50 Seilparks in der Schweiz und Liechtenstein angeschlossen. Das Klettern auf gesicherten Routen ist für Kinder ein gutes Training zur Verbesserung verschiedener individueller Fähigkeiten und bereitet ihnen sehr viel Spass. Beispielsweise waren 2016 im Ropetech Seilpark Bern mehr als 50% der Besucher Jugendliche und Kinder. Gemäss dem Präsidenten vom Verband Schweizer Seilparks besuchen gerade mal 5-6% der Gäste denselben Seilpark mehrmals pro Jahr. Im Mittel betragen die Betriebstage der Seilparks in der Schweiz 146 Tage pro Jahr. Wobei ein Seilpark in „höheren Lagen“ wie im Saastal, zwischen 80 und 120 Betriebstage erreichen kann.

Die Kombination eines Indoor- und Outdoor-Seilparks ist aus betriebswirtschaftlicher Sicht sehr interessant. Zum einen kann der Seilpark bei jedem Wetter begangen werden und zum anderen können die Angestellten des Seilparks über das Jahr hinweg regelmässiger arbeiten aufgrund der kleineren Wetterabhängigkeit.

### 3.2.6 Mountainbike

Durch Mountainbike-Touren der Schweizer Wohnbevölkerung werden jährlich rund CHF 800 Mio. generiert (Rikus, S., Fischer, A., Lamprecht, M. 2015). Knapp 400'000 Personen im Alter zwischen 15 und 74 Jahren fahren Mountainbike. Rund 44% der Schweizer Wohnbevölkerung zwischen 15 und 74 Jahren geben „Velo fahren“ oder „Mountainbiking“ als eine von ihnen ausgeführte Sportart an. 6% nennen dabei explizit das „Mountainbiking“. 71% der Mountainbiker sind Männer und 29% Frauen.

Die Schweiz ist ein Mountainbike-Paradies. Der Mountainbike-Boom wird dadurch ersichtlich, dass viele Berggebiete Bikestrecken aller Art aufbauen und dadurch in den Bike-Tourismus investieren. Tabelle 9 zeigt auf, dass Mountainbiker häufiger und länger unterwegs sind. Der grösste Teil der Biker fährt über 21 Tage pro Jahr und mehr als 1-2 Stunden pro Tour.

Tabelle 9 : Ausübung der Sportart Mountainbike

<b>Ausübung der Sportart Mountainbike nach Häufigkeit (Anzahl Tage pro Jahr) und Dauer (Minuten / Stunden pro Aktivität) <i>Angaben in % der Ausübenden</i></b>								
	1-5 Tage	6-10 Tage	11-20 Tage	21-50 Tage	51-100 Tage	101-200 Tage	Mehr als 200 Tage	<b>Total</b>
Bis 30 Min	1							<b>1</b>
31 Min - 1 Std	1	2	2	4	3	1		<b>13</b>
>1 Std – 2 Std	1	5	6	22	9	2		<b>45</b>
>2 Std – 3 Std	2	4	5	7	6			<b>24</b>
>3 Std – 5 Std	1	3	4	5	1	1		<b>15</b>
Über 5 Std			1	1				<b>2</b>
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>14</b>	<b>18</b>	<b>39</b>	<b>19</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>100</b>

### 3.3 Bedeutung einer Sport- und Eventhalle

Eine Sport- und Eventhalle wirkt in mehreren Bereichen als Trigger für eine ganze Region. In diesem Kapitel wird erläutert, welche Auswirkungen eine solche Halle mit sich bringen kann. Hier wurden die Bedeutung und Effekte einer Sport- und Eventhalle für die Region und den Sport erarbeitet. Diese sind jedoch stark miteinander verflochten, weshalb es auch zu Überschneidungen kommt.

#### 3.3.1 Regionale Bedeutung

In Bezug auf Arbeitsplätze und Bruttowertschöpfung, welche durch den Sport erzielt werden, machen Sportanlagen in der Schweiz einen wesentlichen Anteil aus. 25% aller im Sport beschäftigten Personen arbeiten im Sportanlagenbereich (Rütter, H. Rieser, C. Hellmüller, P. Schwehr, T. & Hoff, O. 2017). Dies entspricht 23'230 Vollzeit-Stellen, was gegenüber den Zahlen von 2011 einen Anstieg um 4% bedeutet. Dabei generieren Sportanlagen rund CHF 2.62 Mia. was rund 26% der in der Schweiz durch Sport erzielten Bruttowertschöpfung entspricht und gegenüber 2011 einem Wachstum von 5% bedeutet. Der Umsatz der Sportanlagen beläuft sich auf ca. CHF 5.3 Mia.

Für das Saastal würde die Sport- und Eventhalle neue Arbeitsplätze bedeuten. Allerdings sollten mit dem übergeordneten Ziel Synergien zu schaffen, auch die Wirtschaftlichkeit bewahrt und auf Bestehendem aufgebaut werden. Dennoch würde die Anlage in folgenden Punkten eine wirtschaftliche Bedeutung für die Region haben (nach Brunner, 2012):

Tabelle 10 : Bedeutung einer Sport- und Eventhalle für die Regionalentwicklung nach Brunner (2012)

<b>Bedeutung einer Sport- und Eventhalle für die Regionalentwicklung</b>	
<i>Regionalökonomische Effekte durch Bauinvestitionen</i>	Erneuerungs- und Erweiterungsinvestitionen führen zu neuer Produktion, was wiederum zu Wertschöpfung und Beschäftigungseffekten für die Region führt. Bauinvestitionen an Sportzentren haben in peripheren Regionen eine ökonomisch grössere Wirkung als in städtischen Gegenden.
<i>Regionalökonomische Effekte durch den Betrieb</i>	Durch den Betrieb Produktionsumsätze, Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekte. Auf Grund der Vorleistungen entstehen grosse Vorteile für die Stakeholder der Region. Insbesondere der vom Sportzentrum durchgeführte Gastronomiebetrieb ist sehr vorleistungsintensiv.
<i>Regionalökonomische und touristische Gesamteffekte</i>	In hoch touristischen, alpinen Regionen sind die Tourismuswirkungen höher als in urbanen oder ländlichen Regionen, was ein Vorteil für das Saastal darstellt. Die Ausgaben der Touristinnen und Touristen würden auf die sportliche Nutzung der Anlage, komplementäre Nutzung (Verpflegung, Parkgebühren etc.), Reiseausgaben (Verkehrsausgaben, Verpflegung, Detailhandel) und weitere Ausgaben während dem Aufenthalt (Übernachtung, Sportkurse, Detailhandel etc.) anfallen. Solche positiven externen Effekte einer Sport- und Eventhalle sind ein wichtiger Faktor und sprechen für eine touristische Ausrichtung eines Sportzentrums.
<i>Standortattraktivität</i>	Sportzentren haben eine bedeutende Rolle für Destinationen und können Leuchtturmeffekte ausüben. Dies kann die Standortattraktivität durch das Sportangebot erhöhen, den Tourismus fördern und den Sport in der Region fördern.

Wichtig ist es, auf eine möglichst regionale Bruttoproduktion zu achten und Importe gering zu halten – sowohl beim Bau als auch im Betrieb. Somit kann die Wertschöpfung in der Region gehalten werden. Zudem kann durch die Durchführung von Dienstleistungen im Betrieb (Gastronomie, Unterkunft), ein hoher Teil der Wertschöpfung internalisiert werden. Hier gilt es, die Kosten des zusätzlichen Aufwandes (Personal, Inventar etc.) mit dem zusätzlichen Ertrag zu vergleichen (Brunner, 2012). Teilweise können weitere interne Angebote den oftmals defizitären Sportbetrieb quersubventionieren.

Der Bau einer Sport- und Eventhalle oder eines Sportzentrums hätten jedoch auch nicht-messbare Effekte: Ein Sportzentrum liefert durch den ausgeübten Sport einen Beitrag zur (regionalen) Bewegungs- und Gesundheitsförderung und fördert gesellschaftliche Aspekte wie die Steigerung des Zusammengehörigkeitsgefühls und die lokale Identitätsstiftung (Beispiel EHC Saastal) (Brunner, 2012).

Negative Aspekte ergeben sich vor allem in der ökologischen Dimension. Eissport weist einen hohen Energiebedarf auf. Zudem kann es in Zusammenhang mit Veranstaltungen zu Littering kommen. Ebenfalls negative Punkte sind der hohe Raumbedarf und allenfalls Verkehrsbelastungen (Brunner, 2012). Gerade mit Verkehrsproblemen oder Littering sollte jedoch im Saastal kaum zu rechnen sein, da die Durchführung von sogenannten Mega-Veranstaltungen nicht prioritär ist.

### 3.3.2 Sportliche Bedeutung

Sporthallen und/oder –stadien sind bekannt als Auslöser für sportlichen Erfolg. Gerade im Schweizer Profisport haben Stadien oftmals eine regelrechte Euphorie ausgelöst und auch die Stellung eines Vereins gefestigt (Bsp: FC Basel: St. Jakobs-Park, SC Bern: Post Finance Arena). Wie der ehemalige Geschäftsführer und Sportchef der SCL Tigers Ruedi Zesiger im Workshop 2 erklärt hat, brachte die Sanierung der Iffishalle einen regelrechten Aufschwung ins Emmental.

In Bezug auf Saas-Grund, wäre eine Halle insbesondere für den EHC Saastal wichtig, da der Verein momentan allfällige Playoffspiele in der 1. Liga (mittlerweile Regio League) nicht auf ihrer momentanen Heimspielstätte austragen könnte. Für diese wird ein überdecktes Eisfeld vorausgesetzt (SIHF, 2017). Mit einer modernen, überdeckten Halle könnte der Verein für potentielle Spieler attraktiver werden und somit auch die sportlichen Ambitionen höher stecken. Allerdings spricht ein Stadionbau nicht immer für Erfolg. Die EHC Huttwil Falcons mussten im Jahre 2011 beispielsweise aufgelöst werden, nachdem der Besitzer der Eishalle aufgrund des Nicht-Aufstiegs des Vereines in die damalige Nationalliga B (heute Swiss League) den Eisbetrieb einstellte (Berner Zeitung, 2011).

Für das Sporttreiben haben insbesondere öffentliche Sportanlagen eine grosse Bedeutung. Laut der Studie Sportvereine in der Schweiz, sind rund zwei Drittel aller Sportvereine in der Schweiz auf öffentliche Sportanlagen angewiesen (Observatorium Sport und Bewegung Schweiz, 2017). Insbesondere Teamsportarten gehören hier in der Regel zu den Nutzniessern. Insgesamt ist der Bedarf im Schweizer Vereinswesen an Sportanlagen zwischen 2010 und 2016 leicht gestiegen. Ein interessanter Befund der Vereinsstudie ist, dass ländliche Sportvereine – im Gegensatz zu Vereinen in der Agglomeration und in den Städten – die öffentlichen Sportanlagen auch an den Wochenenden häufig brauchen.

Neue Sportanlagen bieten auch neue Möglichkeiten für den Schulsport, wohl insbesondere auch für den freiwilligen Schulsport. Dies kann weitreichende sportfördernde Effekte mit sich bringen, denn (obligatorischer wie auch freiwilliger) Schulsport motiviert 80% der 10-14-Jährigen zum ausserschulischen Sporttreiben (Observatorium Sport und Bewegung Schweiz, 2017).

## 3.4 Best Practice Beispiele

Best Practice Beispiele eignen sich hervorragend für die differenzierte Ideengenerierung eines Projektes. Dabei ist es wichtig, dass die Best Practice verschiedene Zielgruppen und Konzipierungen aufzeigen, damit die Projektgruppe verschiedene Ansätze kennen lernt.

### 3.4.1 Auswahl der Best Practice Beispiele

Hierzu wurden verschiedene Sporthallen analysiert. Basierend auf der Relevanz für die Sport- und Eventhalle Saas-Grund wurden für fünf interessante Beispiele Poster mit wichtigen Elementen kreiert.

Auf Grund der Ähnlichkeit zum Projekt Sport- und Eventhalle Saas-Grund wurde der Sporting Park Engelberg zusammen mit Vertretern aus dem Saastal besichtigt. Zugleich wurde die Besichtigung auf die Free-stylehalle der Sportmittelschule Engelberg und auf den Swiss Holiday Park in Morschach ausgedehnt.

Ergänzende Informationen zum Sportzentrum Grindelwald und der Freizeit- und Sportarena Adelboden wurden mittels semistrukturierten Interviews mit der Geschäftsleitung oder entsprechenden Mitarbeitern erhoben.

### 3.4.2 Sporting Park Engelberg

Der Sporting Park Engelberg ist ein Multisportkomplex und beinhaltet ein Eisfeld indoor und outdoor, eine Tennishalle mit zwei Tennisplätzen, welche auch für Badminton genutzt werden können und einer Kletterwand, vier Tennisplätzen im Aussenbereich sowie einer Curlinghalle. Das Restaurant und ein kleiner Kraftraum runden das Angebot ab. Zum Sporting Park Engelberg gehört ebenfalls das Schwimmbad (Hallenbad und Freibad). Das Schwimmbad befindet sich ca. 600 m vom Rest des Sportingparks Engelberg entfernt. Gemäss Herr Janka (Geschäftsführer) ist diese Distanz bereits gross und bringt logistische und organisatorische Schwierigkeiten mit sich.

Der Sporting Park Engelberg ist Teil der Gemeinde Engelberg. Gemäss Herr Janka wäre der Betrieb in Form einer Aktiengesellschaft sinnvoller. Die Gemeinde unterstützt den Sporting Park Engelberg jährlich mit CHF

180'000.- für den Sporting Park und CHF 170'000.- für das Schwimmbad. Die finanziellen Mittel werden durch Kurtaxen generiert. Mit diesen Zuschüssen konnte der Sporting Park Engelberg in den letzten neun Jahren jeweils einen leichten Ertragsüberschuss erzielen. Herr Janka meinte, dass eine ausgeglichene Bilanz für die Legitimation der Sportanlagen in der Bevölkerung notwendig ist.

Das Restaurant umfasst Sitzplätze für 115 Gäste und eine Terrasse für weitere 40 Personen. Mit einem Jahresumsatz von CHF 1'035'000.- und einem erwirtschafteten Gewinn von CHF 34'000.- trägt das Restaurant zum finanziellen Erfolg des Sporting Park Engelberg bei (Rechnungs-Talgemeinde, 2016).

Die Tennishalle wird teilweise als Eventhalle genutzt. Für einen Veranstalter kostet die Hallenmiete, gemäss Herr Janka, ca. CHF 6'000.- für drei Tage. Für Events wird der Tennisbelag mit Kunststoffplatten überdeckt und die Halle kann komplett abgedunkelt werden.

Das Eis in der Halle wird jeweils Anfang Juli aufbereitet und kann bis Ende April befahren werden. Während den Sommer- und Herbstferien, sowie an Wochenenden mieten jährlich ca. 50 Mannschaften das Eis für Trainingslager. Die Mannschaften benötigen wenig Material vom Sporting Park; einzig ist es wichtig, dass jedes Team über die gesamte Aufenthaltsdauer eine eigene Garderobe zur Verfügung hat. Allein mit der Vermietung der Eisfläche erwirtschaftete der Sportingpark Engelberg 2015 CHF 485'000.-. Der Sportingpark Engelberg investiert wenig in die Vermarktung der Eiszeit. Auf Grund seines Einzugsgebietes und der Tradition waren die Eiszeiten 2017 fast ausgebucht.

Tabelle 11 : Schlüsselfaktoren Sporting Park Engelberg

Schlüsselfaktoren Sporting Park Engelberg
Entgegen der Eishalle eignet sich die Tennishalle gut für Events.
Ein gutes Restaurant ist wichtig für den finanziellen Erfolg einer Sporthalle.
Zuschüsse aus der öffentlichen Hand sind nötig für den Betrieb einer Eissporthalle.
➔ <b>Haupterkennntnis: Eine AG als Betreiber ist die sinnvollste Organisationsform.</b>

### 3.4.3 Sportzentrum Grindelwald

Das Sportzentrum Grindelwald ist eine Multisport Anlage mit einer Eisfläche für Eishockey und andere Eissportarten, einem Hallenbad, einer Curlinghalle und einem Boulderraum. Das Angebot wird ergänzt durch einen Krafraum und einer Sauna Oase. Oberhalb der Zuschauertribünen in der Eishockeyhalle befindet sich der erste Indoor-Seilpark der Schweiz. Somit ist Grindelwald im Besitz einer guten Alternative, für den Tourismus und die lokale Bevölkerung an Schlechtwetter-Tagen.

Grindelwald Tourismus mietet das Eis von der Sportzentrum Grindelwald AG. Sie übernimmt den Unterhalt, die Administration sowie die Vermarktung des Sportzentrums. Das Sportzentrum Grindelwald hat sich fast ausschliesslich auf die Vermietung der Eisfläche ausgerichtet. Externe können jederzeit das Eis mieten. Aus diesem Grund ist der freie Eislauf prioritär nach hinten gerutscht. Der freie Eislauf findet nur zu Zeiten statt in denen die Halle nicht vermietet ist. Ausser bei schlechtem Wetter während der Hochsaison ist die Vermietung der Eisfläche lukrativer als der freie Eislauf.

Der EHC Grindelwald ist nicht sehr aktiv. Neben der ersten Herren Mannschaft besteht noch eine Senioren Mannschaft. Junioren können einmal pro Woche in Grindelwald trainieren. Ansonsten werden die Junioren in die Mannschaften des SCUI Young IBEX in Matten bei Interlaken integriert.

Im Sportzentrum Grindelwald wird trotzdem viel Eishockey gespielt. Während den Sommer- und Herbstferien trainieren Junioren in wöchentlichen Camps. Diverse Eishockeyclubs bringen ihre gesamte Juniorenabteilung für eine Woche nach Grindelwald, um zu trainieren. Die Ochsner Hockey Academy, ein Trainingslager für den Eishockeynachwuchs organisiert durch Ochsner Sport, und C.A.M.P.S. organisieren jährliche Trainingslager für Nachwuchsspieler aller Leistungsstufen an verschiedenen Standorten. Grindelwald beherrscht seit vielen Jahren diese Eishockeycamps.

An Wochenenden wird die Eissporthalle regelmässig von verschiedenen Eishockeymannschaften gebucht. Die Teams buchen 2-3 Eiszeiten à jeweils 1.5 Stunden pro Tag. An einem Wochenende sind 3-4 Teams anwesend. Oft wird unter den Mannschaften am Sonntag ein inoffizielles Turnier gespielt.

Tabelle 12 : Schlüsselfaktoren Sportzentrum Grindelwald

Schlüsselfaktoren Sportzentrum Grindelwald
Das Sportzentrum Grindelwald wird durch Grindelwald Tourismus administriert und vermarktet.
Die Vermietung der Eisfläche ist lukrativer als der freie Eislauf.
Jedes Eishockeyteam benötigt während dem Trainingslager und über die gesamte Zeit eine eigene Garderobe.
Eishockeytrainingslager für Junioren füllen den Kalender während den Sommer- und Herbstferien.
Die Eishockeytrainingslager werden kaum seitens Grindelwald Tourismus vermarktet.
➔ <b>Haupterkennntnis: Trainingslager für Eishockeyteams sind das zentrale Element für das Eisfeld.</b>

### 3.4.4 Freizeit- und Sportarena Adelboden

Die Freizeit- und Sportarena wurde, entgegen dem Sportingpark Engelberg und dem Sportzentrum Grindelwald, von Grund auf neu konzipiert und gebaut. Die Freizeit- und Sportarena Adelboden AG betreibt die Anlage welche 2011 eröffnet wurde. Der relativ kompakte Bau beinhaltet eine Eissporthalle, eine Curlinghalle mit vier Rinks, eine Bowlinganlage mit sechs Bahnen und eine Kletterhalle mit separatem Boulder-raum.

Die Freizeit- und Sportarena Adelboden wird mit verschiedenen Aktivitäten umworben. Sei dies mit Turnieren in sämtlichen Sportarten oder Teambuilding / Team Events wie ein BBQ Alpenplausch oder eine Indoor Olympiade. Während der Ferienzeit wird das Eisfeld, wie in Engelberg und Grindelwald, von Eishockeymannschaften für Trainingslager gemietet. In der Erfolgsrechnung 2015/16 wird ersichtlich, dass die Eishalle einen Ertrag von CHF 223'000.- erwirtschaftet und das Bowling CHF 220'000.-. Betrachtet man die Abschreibungssummen wird ersichtlich, dass die Bowlinganlage massiv tiefere Investitions- und Betriebskosten aufweist. Somit kann davon ausgegangen werden, dass Bowling aus ökonomischer Sicht in Adelboden rentabler ist als das Eisfeld.

Gemäss dem Geschäftsbericht 2015/16 der Freizeit- und Sportarena Adelboden AG ist die finanzielle Situation sehr angespannt. Eine Erhöhung der Betriebsbeiträge aller einheimischer Nutzergruppen sowie der Partner Gemeinde Adelboden und Adelboden Tourismus wird angegangen. Die Geschäftsführung ist zudem bestrebt die Prozesse zu optimieren und den Aufwand zu reduzieren.

Tabelle 13 : Schlüsselfaktoren Freizeit- und Sportarena Adelboden

Schlüsselfaktoren Freizeit- und Sportarena Adelboden
Ein vielfältiges Angebot muss gut bewirtschaftet und kommuniziert werden.
Eine kompakte Anlage mit vielen Angeboten muss umworben werden.
➔ <b>Haupterkennntnis: Das Eisfeld wirft hohe Betriebskosten auf und generiert relativ wenige Einnahmen.</b>



### 3.4.5 Lentpark Köln

Der Lentpark Köln besticht durch seine interessante Form und der multifunktionalen Nutzung. Neben einem Eisfeld für Eishockey befindet sich im selben Gebäude ein Hallenbad. Die Abwärme der Eisproduktion wird genutzt, um das Hallenbad zu beheizen. Somit weist der Lentpark eine bessere Energiebilanz auf als ein separates Hallenbad und eine Eissporthalle. Das Problem mit der Mehrfachnutzung der Eisfläche wurde im Lentpark intelligent umgangen. Eine 260 Meter lange und 8 Meter breite Eisbahn führt um das ganze Gebäude und wird fast ausschliesslich für den freien Eislauf genutzt. Dadurch, dass die Eisbahn gerade unter der Decke positioniert wurde und mit Glasfenstern eingekleidet, haben die Eisläufer Einsicht auf das Eishockeyfeld, das Hallenbad und nach Draussen.

Im Aussenbereich besitzt der Lentpark Köln eine Freibadlandschaft mit verschiedenen Schwimmbecken und Kinderattraktionen sowie eine Saunalandschaft.

Tabelle 14 : Schlüsselfaktoren Lentpark Köln

Schlüsselfaktoren Lentpark Köln
Der Eis- und Schwimmsport können ökologisch sinnvoll kombiniert werden.
Eine innovative Architektur bietet Möglichkeiten Schwierigkeiten zu beseitigen.
Mit der Stadt Köln weist der Lentpark Köln ein grosses Einzugsgebiet auf.
<b>→ Hauptkenntnis: Mit einem ansprechenden und diversifizierten Angebot können grosse Anlagen betrieben werden.</b>

### 3.4.6 Fundorena Feldberg

Die Fundorena Feldberg wurde als Ergänzung zum touristischen Angebot am Feldberg konzipiert. Der Seilpark im Wald kann nur im Sommer und an Tagen mit schönem Wetter genutzt werden. Während den kalten und nassen Tagen war das Angebot mit Wellness nur auf Erwachsene ausgerichtet. Für die Zielgruppe der Kinder und Jugendlichen fehlte ein entsprechendes Angebot.

Entstanden ist eine Halle für Kinder und Jugendliche, welche sich an Trendsportarten orientiert. Das Einzigartige an der Halle ist die optimale Nutzung des Raumes. Im Erdgeschoss befinden sich verschiedene Attraktionen wie eine synthetische Eisfläche für den freien Eislauf, eine Dodge Ball Arena mit Trampolins, einem Freestyle Jump Bereich und einem Kids Fun Trail. Über der gesamten Fläche der Halle hängt ein Hochseilpark mit acht verschiedenen Trails.

Die Halle wurde auch optisch kindergerecht gestaltet. Mit vielen Farben und entsprechenden Markierungen regt die Halle zum Bewegen an.

Tabelle 15 : Schlüsselfaktoren Fundorena Feldberg

Schlüsselfaktoren Fundorena Feldberg
Eine optimale Ausnutzung des Raumes ermöglicht ein differenziertes Angebot.
Eine Halle, welche ausgerichtet ist auf „Fun“, animiert vorallem Kinder und Jugendliche zur Bewegung.
<b>→ Hauptkenntnis: Mittels kinder- und jugendgerechten Angeboten kann die Attraktivität einer Region für Familien gesteigert werden.</b>

### **3.4.7 Erkenntnisse Besichtigung Engelberg und Swiss Holiday Park**

Die präsentierten Best Practice Beispiele regten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Workshops 1 zu intensiven Gesprächen über mögliche Formen einer Sport- und Eventhalle an. Die Diskussionen entfachten das Bedürfnis entsprechende Anlagen zu besichtigen.

#### **Sporting Park Engelberg**

Die Besichtigung und die vertieften Diskussionen mit Herrn Janka zeigten die Schwierigkeiten beim Betrieb einer Sport- und Eventhalle auf. Da der Sporting Park Engelberg von der Gemeinde Engelberg betrieben wird, ist der Rückhalt in der Bevölkerung umso wichtiger. Der Sporting Park Engelberg muss für alle zugänglich sein. Dies bedeutet, dass ein breites Angebot gefragt ist, was Konflikte in Bezug auf die Auslastung mit sich bringt. Auch wenn die Anlage betriebswirtschaftlich rentieren muss, sollen Angebote, die weniger Geld bringen (beispielsweise der freie Eislauf), Platz finden.

Das Restaurant erwirtschaftet jährlich ungefähr einen Drittel des Umsatzes des Sporting Parks Engelberg. Zusammen mit den Zuschüssen aus der Gemeinde bilden diese beiden Positionen einen wichtigen Teil des Umsatzes. Aus dem Sport kann zu wenig Umsatz generiert werden, um den Sporting Park Engelberg zu tragen.

#### **Sportmittelschule Engelberg**

Bei der Besichtigung der Sportmittelschule Engelberg war ein kostengünstiger Bau, welcher auf eine sehr spezifische Zielgruppe ausgerichtet ist, das Hauptthema. Herr Läubli konnte mit viel eigener Arbeit und einem initiativen Vorgehen die Sporthallen der Sportmittelschule Engelberg, in einer alten Schreinerei, errichten. Die Hallen sind sehr spezifisch auf das Training von Athleten aus den alpinen und freestyle Disziplinen ausgerichtet; beinhalten aber nur das nötigste Material und sind sehr einfach gebaut. Der Austausch mit Trainern und Experten war essenziell für den Bau von einfachen, aber spezifischen Trainingshallen.

#### **Swiss Holiday Park**

Während dem Workshop 1 wurde diskutiert, dass eine Hauptzielgruppe der Tourismus sein sollte sowie die Angebote vor allem auf Kinder und Familien ausgerichtet werden müssten. Folge dessen wurde eine Besichtigung des Swiss Holiday Parks in Morschach organisiert.

Der Swiss Holiday Park passt sein Angebot regelmässig und initiativ auf seine Kunden an. Durch das Einbinden der Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen in der Angebotsentwicklung können die Bedürfnisse der Zielgruppen erkannt werden. Verschiedene Umfragen und das Gespräch mit den Kundinnen und Kunden geben ebenfalls Aufschluss über das Angebot im Swiss Holiday Park.

Die Sport- und Eventhalle Saas-Grund kann von diesen Praktiken lernen ihr Angebot spezifisch auf die eigene Zielgruppe anzupassen.

## 4. Interne Analyse Sport- und Eventhalle

Die interne Analyse wurde für das nahe Umfeld der Sport- und Eventhalle Saas-Grund erstellt. Wie bei der externen Analyse wurde der Fokus auf ausgewählte sportrelevante Themen gelegt. Die Erkenntnisse der internen Analyse zeigen die Stärken und Schwächen des nahen Umfeldes der Sport- und Eventhalle Saas-Grund auf.

### 4.1 Touristische Ausrichtung

Das Wallis gehört mit rund 3.7 Millionen Logiernächten zu den wichtigsten touristischen Regionen der Schweiz (Bundesamt für Statistik, 2017). Über ein Viertel dieser Logiernächte werden im Saastal, also in Saas-Fee, Saas-Grund, Saas-Allmagell und Saas-Balen, generiert (Saastal Marketing, 2016).

Seit 2008 verzeichnet das Saastal rückläufige Logiernächte. 2008 betragen alle Logiernächte zusammengefasst knapp 1.4 Mio. und 2016 nur noch 1 Mio. (Saastal Marketing, 2016). Viele Angebote und Infrastrukturen in Saas-Fee müssten erneuert werden. Ein Investitionsstau führt dazu, dass die Infrastruktur veraltet, was sich negativ auf die Touristenbindung auswirkt (Saastal Marketing AG, 2014).

Für eine gemeinsame Vermarktung des Saastals wurde 2014 die Saastal Marketing AG gegründet, welche die Vermarktung der gesamten Destination von Saas-Fee/Saastal Tourismus übernahm. Eine Marketingkampagne ist beispielsweise der Bürgerpass, welcher einen kostenlosen Transport mit den öffentlichen Verkehrsmitteln garantiert und bei der Buchung einer Übernachtung abgegeben wird. Die Saastal Marketing AG wird am 1. November 2017 in Saastal Tourismus AG umbenannt. Somit wird für den weiteren Verlauf dieses Berichtes Saastal Tourismus AG verwendet. 60% der Aktien hält Saas-Fee/Saastal Tourismus, die restlichen 40% sind im Besitz der Saastal Bergbahnen AG.

Auf Grund von rückläufigen Logiernächten und der Erkenntnis, dass das Saastal zwar bekannt ist, jedoch keine Marke repräsentiert, sahen sich die Entscheidungsträger gezwungen zu handeln. Eine neue Destinationstrategie 2015-2020 (Saastal Marketing AG, 2014) soll mit verschiedenen Teilprojekten das Saastal attraktiver für Gäste und Investoren gestalten. Das USP (Unique Selling Proposition, Deutsch: Alleinstellungsmerkmal), welches das Saastal nutzen möchte sind die 18 Viertausender. Nirgends ist die Dichte an Viertausendern so gross. Die Saastal Tourismus AG möchte Saas-Fee/Saastal eher als Bergsport- bzw. Outdoor Marke positionieren. Hierzu wurden drei Strategische Geschäftsfelder (SGF) definiert.

Tabelle 16 : Strategische Geschäftsfelder der Saastal Tourismus AG (Quelle: Saastal Marketing AG, 2014)

Strategische Geschäftsfelder (SGF)	Definition
<b>SGF1 Ski / Snowboard</b>	Sportler, die gerne im Winter und Sommer Ski und Snowboard fahren. Spitzensportler, die zum Training nach Saas-Fee fahren sowie Gruppen (Schulen, Vereine).
<b>SGF2 Wandern</b>	Sportler die zum Wandern ins Saas-Tal fahren. Namentlich sind dies Genusswanderer, Höhenwanderer, Winterwanderer und Bergsportler.
<b>SGF3 Gesundheit</b>	Menschen die sich etwas Gutes tun wollen und zum Abschalten ins Saastal fahren, gesundheitsbewusste Leistungssportler Ü50 und Menschen, die Bewegung und gesunde Ernährung (z.B. Allergiker) suchen.

Saas-Grund hat sich auf die Zielgruppe „Familien und Kinder“ ausgerichtet. Die Saastal Tourismus AG hat diese Zielgruppe in ihrer Strategie nicht explizit definiert, da die SGF auf der Ebene der Tätigkeiten entwickelt wurden. Mit diversen Aktivitäten für Kinder, sowie familienfreundlichen Angeboten möchte Saas-Grund Familien zu sich locken. Das kleine Schneesportgebiet mit einem grosszügigen Kinderland und einem Schlittelweg sind eine gute Ergänzung zum grossen Schneesportgebiet in Saas-Fee, in welchem Familien in einem geschützten Rahmen Sport treiben können. Mit der Ausrichtung auf diese Zielgruppe setzt Saas-Grund und das Saastal auf die Bereiche Ausbildung und Betreuung, was bedeutet, dass die Ausbildung und Betreuung der Gäste durch die Sport- und Eventhalle Saas-Grund gewährleistet werden muss.

## 4.2 Sportangebot in der Region

Das Saastal bietet bereits heute ein grosses Sportangebot. Bergsport wie Wandern, Schneesport, Biken und Hochalpinismus sind bereits sehr gut vertreten. Ausserdem gibt es eine Reihe von Sportvereine. Mit diversen attraktiven Anlagen wie beispielsweise einer Rodelbahn, Schlittel- oder Monster-Trotti-Wegen findet jeder eine Aktivität, die Spass macht. In der Folge wird auf die wichtigsten Sportangebote eingegangen.

### 4.2.1 Eissport

Der Eishockeyclub EHC Saastal ist einer der grössten Sportvereine in Saas-Grund und stellt sechs Mannschaften. Die erste Mannschaft (und einzige Aktivmannschaft) spielt in der Regio League, der vierthöchsten Liga im Schweizer Eishockey. Das Saastal verfügt über keine gedeckte Eissportanlage, was für den Verein ein grösseres Problem darstellt. Unter anderem müssen zu Beginn der Saison im September oftmals Spiele auf Grund von Witterungsbedingungen verschoben werden. Auf der Kunsteisbahn findet einmal wöchentlich ein öffentliches Eisstockschiessen statt.

Neben dem offenen Kunsteisfeld in Saas-Grund wird zwischen Dezember und Februar eine Natureisbahn in Saas-Fee mit Curling und Eisstockschiessen unterhalten. Im Oberwallis werden zurzeit einige neue Eissportprojekte umgesetzt. Visp erhält mit der Lonza Arena eine Eissporthalle für Eishockey auf Nationalliga A Niveau. Mit der geplanten Mantelnutzung soll die Lonza Arena nicht nur für den Sport einen Mehrwert bringen, sondern einen „Treffpunkt mit überregionaler Anziehungskraft“ werden. Die Geschina Arena in Brig-Glis wurde 2017 fertiggestellt und beinhaltet neben dem Eishockeyfeld eine Curlinghalle. Raron plant zurzeit das offene Eisfeld zu decken, damit das Wetter weniger Einfluss auf den Eissport hat.

### 4.2.2 Klettern und Wandern

Die Region Saastal ist ein beliebtes Kletter- und Wandergebiet. In der Region gibt es Wanderwege in der Länge von insgesamt 350 km. Auch Klettern ist äusserst beliebt. In der Region befinden sich 18 Viertausender, darunter der „Dom“. Er ist mit 4545 m ü. M. der höchste Berg, der sich vollständig in der Schweiz befindet. Es sind ca. ein Dutzend vom Schweizerischen Alpenclub anerkannte Klettergebiete, rund sechs Klettersteige sowie eine Vielzahl weiterer inoffizieller Routen und Klettermöglichkeiten vorhanden. Saas-Fee ist bekannt für den Eiskletterevent Ice and Sound (siehe 4.3 Events und Wettkämpfe). Die Kletteranlage (Kletterdome) ist ganzjährig nutzbar und überdacht, jedoch nicht isoliert und somit bei kalten Bedingungen unangenehm zu gebrauchen. Saas-Grund besitzt ebenfalls eine Eiskletteranlage direkt neben der Talstation Hohsaas. Leider wird diese Anlage aber wenig genutzt. Eine Kletterhalle fehlt also im Oberwallis. Zwar gibt es in Saas-Grund einen Boulder-Keller, dieser ist jedoch eher auf Kinder ausgerichtet.

### 4.2.3 Mountainbike

Mountainbike ist eine sehr beliebte Sportart in der Schweiz. Gerade das Wallis zieht regelmässig viele Biker an. Im Saastal wird die Sportart zurzeit entwickelt. Unter anderem besteht eine Bikestrecke durch das ganze Saastal, welche alle vier Dörfer erschliesst. Ebenfalls erwähnenswert ist die Strecke von Hohsaas nach Saas Grund. Die Bedeutung der Sportart für die Region schlägt sich auch in der Erarbeitung des Konzeptes zur „bikespezifischen Regionsentwicklung im Rahmen des STRATOS-Projekts „BikeValaisWallis“ für die Region“ nieder. Das durch den Kanton vorangetriebene Projekt versucht den Radsport und Mountainbike im Wallis zu fördern, um so das Sommerangebot zu ergänzen (Strategie Velo & Bike Valais/Wallis, 2016) (Siehe 4.4.3 Konzept zur bikespezifischen Regionsentwicklung).

### 4.2.4 Schneesport

In Saas-Grund befinden sich die Bergbahnen Hohsaas. Das Skigebiet umfasst zehn Pisten mit rund 34 Pistenkilometern, sowie zwei Gondelbahnen und drei Skilifte. Die höchste Bergstation befindet sich auf 3200 m. ü. M., was das Skigebiet zum fünfthöchstgelegenen der Schweiz macht. Ebenfalls auf dem Berg befindet sich der Schlittelweg Kreuzboden – Saas-Grund, welcher sich über elf Kilometer erstreckt und somit zu den längsten der Schweiz gehört. Die Strategie von Saas-Grund ist auf Familien und Kinder ausgerichtet. Dazu wird ein Kinderland mit einem Förderband und verschiedenen Parcours durch die Schneesportschule betrieben. Wesentlich grösser ist das Skigebiet Saas-Fee mit rund 100 Pistenkilometern. Nebst einer internationalen Klientel, ist Saas-Fee in den Sommer- und Herbstmonaten für Trainingslager gefragt, insbesondere im

Ski Alpin, Freeski und Freestyle Snowboard sowie im Ski- und Snowboardcross. Des Weiteren gibt es noch kleinere Skigebiete in Saas-Almagell und Saas-Balen.

Es gibt in der Region eine 26 Kilometer lange Langlaufloipe, welche bei optimalen Bedingungen durch alle vier Dörfer des Saastals führt. Eine weitere sechs Kilometer lange Loipe befindet sich in Saas-Fee.

#### **4.2.5 Weitere Angebote**

Der Tennisclub TC Saastal gehört zu den aktivsten Sportvereinen in der Region. Mit acht Interclub-Mannschaften und über 130 Aktivmitgliedern herrscht reger Betrieb (Stand 7/2017). Ein weiterer Verein ist der FC Saas-Grund. Dieser nimmt jedoch auf Grund eines fehlenden Grossfeldes im Dorf nur an Plauschmeisterschaften teil und ist auch nicht Mitglied des Walliser Fussballverbandes (WFV). Der FC Saas-Fee hingegen nimmt mit einer Aktiv- und vier Juniorenequipen an offiziellen Meisterschaften des WFV teil. Des Weiteren bestehen im Saastal mehrere Beachvolleyballfelder, ein Skatepark und eine Golf Driving Range.

Bei schlechtem Wetter ist das Angebot jedoch ungenügend, worüber bei den Beteiligten in den Workshops ein Konsens bestand. In Saas-Fee gibt es ein Hallenbad mit Wassersportangeboten sowie den Kletterdome (eine Outdoor-Kletteranlage) und ein Indoor Skiing auf einem rollenden Teppich. In Saas-Grund gibt es einen kleinen Boulder-Kletterraum. Zudem gibt es einige Pilates- und Yoga-Angebote. Insbesondere Kinder und Jugendliche kommen bei schlechtem Wetter zu kurz.

### **4.3 Events und Wettkämpfe**

Das Saastal verfügt über keinen internationalen Sportgrosseanlass<sup>2</sup>. Der Ski- und Snowboard-Weltcup macht seit längerer Zeit keinen Halt mehr in Saas-Fee. Der mittlerweile bekannteste Anlass ist der Eiskletterevent Ice and Sound in Saas-Fee. Hierzu wird in den Wintermonaten in der Auffahrt des Parkhauses eine künstliche Eiskletteranlage gebaut. Am letzten Ice & Sound 2017 waren am Wochenende knapp 2000 Zuschauer anwesend, was den Anlass zum grössten Sportevent des Saastals macht (Presseportal Schweiz, 2017). Ebenfalls zu den bekannteren Sportevents gehört der Glacier Bike Downhill. Ein Mountainbike-Rennen auf den Skipisten mit zuletzt 240 Teilnehmern aus sieben Nationen (Walliser Bote, 2017). In unregelmässigen Abständen gibt es auch Skicross- und alpine Ski-Wettkämpfe in Saas-Fee, meist jedoch nur in nationalem oder europäischem Format. Kulturelle Anlässe wie Konzerte finden meist in überschaubarem Rahmen statt. Grund hierfür ist auch eine fehlende Infrastruktur.

### **4.4 Ähnliche Initiativen für Sportinfrastrukturen**

Verschiedene Initiativen zeigen die Bedürfnisse, welche im Saastal und Oberwallis zur Aufwertung von Angeboten und Dienstleistungen vorhanden sind. Die RWO (Regions- und Wirtschaftszentrum Oberwallis AG) versteht sich selber als unabhängiger Dienstleister für die Region Oberwallis und ist strategischer Antreiber in der Tourismusedwicklung. Die RWO hat anlässlich dem STRATOS-Programm 62 Initiativen analysiert und die realisierbaren selektioniert. Diese Projekte werden nun in den strategischen und operativen Prozessen unterstützt.

#### **4.4.1 Auswahlkriterien**

Im Folgenden werden drei Projekte illustriert. Die ausgewählten Projekte haben einen direkten Bezug zur Sport- und Eventhalle Saas-Grund und die entsprechenden Konzepte wurden analysiert. Ein viertes Projekt wird zurzeit von Kletterern aus der Region Brig verfolgt. Kletterer aus dem Oberwallis haben keine Möglichkeit in einer Halle zu trainieren, weshalb sie nach Saxon in die Vertic-Halle reisen. Die Gruppe um Hans Weiskopf (SAC Wildstrubel) hat sich zum Ziel gesetzt eine ähnliche Kletterhalle in Brig oder Umgebung für die Allgemeinheit zu errichten.

---

<sup>2</sup> Laut Swiss Olympic hat ein Sportgrosseanlass ein Veranstaltungsbudget von über CHF 1 Million und wird direkt im Fernsehen oder per Livestreaming übertragen. Ein einmaliger Sportgrosseanlass wird per Definition von Swiss Olympic mit einem Organisationsbeitrag von mindestens CHF 20'000 unterstützt (Swiss Olympic, 2017).

#### **4.4.2 Freestyle und Cross Campus Saas-Fee**

Der Freestyle und Cross Campus ist ein Konzept, welches zusammen mit Swiss-Ski erarbeitet wurde. Auf einer Fläche von 1'100 m<sup>2</sup> hätten Freestyler, Skifahrer, Snowboarder, Skater, Biker, Kletterer und Kinder und Jugendliche Platz erhalten sich auszuleben (Saastal Bergbahnen AG, 2015). 1976 wurde die Spielbodenbahn in Saas-Fee erbaut und benötigte daher eine Renovation. Der Freestyle und Cross Campus wäre in das neue Bergbahnen-Gebäude integriert worden. Der Standort nahe dem Dorf und direkt bei der Talstation, bei welcher sämtliche Schneesportler ihren Tag ausklingen lassen, wäre ideal gewesen. Für den Spitzensport und den Tourismus wäre die Anlage eine enorme Aufwertung des Angebots gewesen. Leider aber fehlten gemäss Herr Malär (Saastal Bergbahnen AG) die finanziellen Mittel für die Halle. Somit wurde die Spielbodenbahn 2016 ohne den Freestyle und Cross Campus eröffnet.

#### **4.4.3 Konzept zur bikespezifischen Regionsentwicklung**

Mit dem Ziel das Wallis in den nächsten zehn Jahren global als herausragende Mountainbike-Destination zu etablieren, wurde das Projekt „BikeValaisWallis“ ins Leben gerufen. Das Projekt ist eines der regionalen STRATOS-Projekte und wird von der BikePlan AG geführt. Im Rahmen der Regionsentwicklung wurde das „Konzept zur bikespezifischen Regionsentwicklung im Rahmen des STRATOS-Projekts „BikeValaisWallis“ für die Region Saastal“ (BikePlan AG, 2016) erstellt. Aufbauend auf einer Reihe von Analysen wurde ein Masterplan mit Routen, Massnahmen und einer Kostenschätzung für das Saastal entwickelt. Die Kostenschätzung sieht mögliche Gesamtinvestitionen in der Höhe von 4.3 Mio. CHF über die nächsten 10 Jahre vor. Einige Routen müssten noch gebaut und die Installationen für den Biketransport geschaffen werden.

#### **4.4.4 Swiss Freestyle World**

Swiss-Ski hat drei Nationale Leistungszentren (NLZ) für die Ausbildung ihrer Athleten. Das NLZ Ost in Brig möchte in Zusammenarbeit mit Swiss-Ski, Freestyle-Verband Style Valais, Ski Valais und der Sportschule Kollegium Brig die Swiss Freestyle World errichten. Eine optimale Entwicklung von Athleten benötigt nicht nur on-snow Training sondern immer mehr auch off-snow Training. Während den Sommermonaten oder an Tagen ohne Schneetraining stellt eine Freestyle-Halle ein zentrales Bedürfnis für das Training dar. Die Halle würde verschiedene Trampolin- und Sprunganlagen, Elemente aus Skateparks, einen Kletter- und Boulderbereich und Slacklines beinhalten. Im Aussenbereich sind weitere Anlagen angedacht. Das Ziel der Initianten ist es, dass nicht nur Athleten vom NLZ sondern auch die allgemeine Bevölkerung und Touristen Zugang zu den Sportanlagen hätten, was das Angebot in der Region Brig erweitern würde.

## **5. SWOT-Analyse Sport- und Eventhalle**

### **5.1 Idee Sport- und Eventhalle Wichel**

Die Umfeldanalyse wurde auf Grund der bereits erwähnten Machbarkeitsstudie „Sport- und Eventhalle Wichel Saas-Grund“ angegangen. Die Machbarkeitsstudie beinhaltet nur den Bau einer Eishockeyhalle, welche in kurzer Frist zu einer Eventhalle umgebaut werden kann. Weitere Sportarten sollen mit einer mobilen Schutzschicht als Hallenboden, in der Halle gespielt werden können. Die Analysen haben aber aufgezeigt, dass der Umbau einer Sporthalle – vor allem einer Eissporthalle – in eine Eventhalle, kostspielig und zeitintensiv ist. Weiter ist der Nutzen der Machbarkeitsstudie vorwiegend für Eishockey gedacht. Dies entspricht jedoch nicht der Strategie des Saastals und ist somit auch nicht zielführend. Die Sport- und Eventhalle sollte, basierend auf den Aussagen von allen Workshop Teilnehmern, eine Halle für das ganze Saastal sein.

### **5.2 Überblick externe und interne Analyse**

Die allgemeinen Trends im Sport sowie die Erkenntnisse aus den Workshops brachten hervor, dass die Sport- und Eventhalle eine Multisporthalle sein sollte. Eine regional eingebettete Strategie, welche den Trends des Klimawandels und der Digitalisierung gerecht wird, soll neuartige Angebote schaffen. Für den Tourismus und die Bevölkerung aus dem Saastal würde somit ein grosser Mehrwert generiert.

Die internen Analysen haben aufgezeigt, dass das Saastal mit der Saastal Tourismus AG eine innovative Organisation zur Vermarktung des Saastals besitzt. Ein Investitionsstau erschwert jedoch die Kundenbindung. Gestützt auf den Zahlen der Logiernächte wird klar, dass die finanzielle Situation angespannt ist. Differenzen zwischen verschiedenen Organisationen sind ein Hemmfaktor für die Entwicklung im Saastal. Die Analysen haben aufgezeigt, dass neue Initiativen schwer umzusetzen sind, da die Zusammenarbeit zwischen verschiedenen Organisationen nicht gegeben ist.

Die Bedeutung der Sport- und Eventhalle Saas-Grund für die Region und den Sport kann mit einem entsprechenden Angebot sehr gross werden. Arbeitsstellen würden geschaffen und der Bau und Unterhalt wären sinnvollerweise von Baufirmen aus dem Saastal zu erledigen.

### **5.3 SWOT-Analyse Sport- und Eventhalle Saas-Grund**

Basierend auf der Projektskizze wurde die SWOT-Analyse für die Sport- und Eventhalle im Wichel erstellt. Die SWOT-Analyse beinhaltet die Stärken und Schwächen aus der internen Analyse sowie Chancen und Gefahren aus der externen Analyse. Sie dient dazu das Umfeld der Sport- und Eventhalle Saas-Grund zu beschreiben. Die Erkenntnisse aus den Analysen und dem Workshop 1 wurden in der SWOT-Analyse aufgenommen und verarbeitet. Während dem Workshop 2 wurde die SWOT-Analyse besprochen und ergänzt.

Entgegen des gängigen SWOT Prozesses wurde im Bericht aus strategischen Gründen mit der externen Analyse begonnen anstatt der internen Analyse.

Verschiedene Erkenntnisse aus den Analysen wurden nicht explizit in die SWOT-Analyse aufgenommen, da die vorliegende SWOT-Analyse das Umfeld der Sport- und Eventhalle Saas-Grund beschreiben soll. Ebenfalls ist die SWOT-Analyse keine abschliessende Aufzählung.



Tabelle 17 : SWOT-Analyse

Interne Analyse    SWOT	
<b>Stärken</b> <i>Strengths</i>	<p><b>S1</b> Steigerung des Sportangebotes für das Saastal</p> <p><b>S2</b> Alternativprogramm bei schlechtem Wetter für Touristen (Zielgruppe: Familien und Kinder) und Bevölkerung</p> <p><b>S3</b> Bessere Trainingsbedingungen für den EHC Saastal und andere Eishockeymannschaften</p> <p><b>S4</b> Gute Anbindung an den öffentlichen Verkehr</p> <p><b>S5</b> Nähe zur Talstation Bergbahnen Hohsaas</p> <p><b>S6</b> Eishockeyfeld ist ausserhalb der Lawinengefahrenezone</p> <p><b>S7</b> Saastal ist als Ferienort für Familien und Jugendliche bekannt</p> <p><b>S8</b> Der Gemeinderat ist positiv gegenüber der Halle gestimmt und bereit dafür zu kämpfen</p> <p><b>S9</b> Das Saastal ist attraktiv für den Tourismus</p> <p><b>S10</b> Saastal hat sich touristisch gut positioniert</p>
<b>Schwächen</b> <i>Weaknesses</i>	<p><b>W1</b> Eine Eishalle ist immer kalt, was negative Auswirkungen auf Events hat</p> <p><b>W2</b> Umbau der Eishockeyhalle für andere Sportarten und Events benötigt viel Zeit und Manpower</p> <p><b>W3</b> Lärmbelastung bei Events</p> <p><b>W4</b> Infrastruktur für Leistungssport ist nicht vorhanden</p> <p><b>W5</b> Fehlender Kraftraum</p> <p><b>W6</b> «Nur» ein Eisfeld</p> <p><b>W7</b> Multisporthalle für Eishockey am Abend und Schulsport tagsüber nicht realistisch</p> <p><b>W8</b> Budget für strategische Investitionen ist seitens Gemeinde unklar</p>

Externe Analyse SWOT	
<b>Chancen</b> <i>Opportunities</i>	<p><b>O1</b> Möglichkeit zur Akquirierung neuer Kundengruppen</p> <p><b>O2</b> Platzbedarf für eine Halle, neben dem Eishockeyfeld, vorhanden</p> <p><b>O3</b> Einzige Eishalle im Saastal</p> <p><b>O4</b> Schulsport wird aufgewertet</p> <p><b>O5</b> Eishockey zeigt eine positive Entwicklung in der Schweiz</p> <p><b>O6</b> Neue Halle kann mittels guter Vermarktung ausgelastet werden</p> <p><b>O7</b> Potential für komplementäre Sportarten wie Short Track vorhanden</p> <p><b>O8</b> Olympische Winterspiele 2026 Sion als Katalysator für die Sport- und Eventhalle</p> <p><b>O9</b> EHC Saastal ist proaktiv und bereit zu helfen</p> <p><b>O10</b> Regional eingebettete Produkte, welche auf den Tourismus abgestimmt wurden, bringt grossen Mehrwert</p> <p><b>O11</b> Produkte sollen auf die Bergbahnen Saastal abgestimmt werden, um Synergien zu nutzen</p> <p><b>O12</b> Saastal Tourismus AG agiert innovativ und kann die Sport- und Eventhalle vermarkten</p> <p><b>O13</b> Bergbahn Hohsaas wird wenig vermarktet und Angebote bei der Talstation fehlen</p> <p><b>O14</b> Eine Sport- und Eventhalle schafft Arbeitsplätze</p>
<b>Gefahren</b> <i>Threats</i>	<p><b>T1</b> Fehlender politischer und gesellschaftlicher Rückhalt</p> <p><b>T2</b> Kosten übersteigen CHF 8.3 Mio.</p> <p><b>T3</b> Angebot ist nicht auf die Bevölkerung / Touristen ausgerichtet → Halle steht leer und ist nicht rentabel</p> <p><b>T4</b> Hohe Betriebskosten</p> <p><b>T5</b> Bergbahn Hohsaas rentiert nicht</p> <p><b>T6</b> 3 neue Eishockeyhallen werden im Oberwallis gebaut oder stehen in Planung (Lonza Arena Visp, Geschina Arena Brig, Raron)</p> <p><b>T7</b> Während der Nebensaison ist das Saastal mit ca. 3500 Einwohnern ein kleines Einzugsgebiet</p> <p><b>T8</b> EHC Saastal: ausbleibender sportlicher Erfolg / Entwicklung</p> <p><b>T9</b> EHC Saastal: sinkende Mitgliederzahlen</p> <p><b>T10</b> Schlechte Eventauslastung nach hohen Investitionskosten</p> <p><b>T11</b> Sport vs. Events → Terminplanung ist konfliktär</p> <p><b>T12</b> Events benötigen gute Vermarktung und ein eingespieltes OK</p> <p><b>T13</b> Bevölkerungsentwicklung im Saastal ist rückläufig</p>

## 6. Strategie Sport- und Eventhalle

Nach der Analyse der verschiedenen Bereiche sowie dem Vergleich mit den Best-Practice-Beispielen gilt es nun die möglichen Strategievarianten zu prüfen. Dazu wurde ein Modell erstellt, auf dessen Grundlage verschiedene Möglichkeiten zum Bau einer Sport- und Eventhalle prüfbar und zu realisierbar sein können. Die Möglichkeiten sind variabel und können angepasst werden.

### 6.1 Strategievarianten Bauformen

Im Nachgang des Workshop 1 und den Besichtigungen verschiedener Anlagen haben sich Ideen bezüglich der Grösse und der Komplexität einer Halle entwickelt. Dies resultierte in einem Raster, welches vier Varianten einer Sport- und Eventhalle einordnet.

	Klein	Gross
Einfach	<b>A</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gedecktes Eisfeld, evt. offen</li> <li>• Infrastruktur nur für Eishockey</li> <li>• Imbissstand, kein Restaurant</li> </ul>	<b>C</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Multisporthalle (Eishockey und andere Sportarten)</li> <li>• Aussenplätze, welche bewirtschaftet werden</li> <li>• Restaurant mit Mittags- und Abendmenu</li> <li>• Eventuell Bar mit Lounge</li> </ul>
Komplex	<b>B</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gedecktes Eisfeld geschlossen</li> <li>• Infrastruktur für Eishockey</li> <li>• Infrastruktur für Tourismus wie Seilpark, Bowling, Klettern, Eisstockschiessen, usw</li> <li>• Animation durch Events und Kurse</li> <li>• Eventbetrieb</li> <li>• Restaurant oder Imbissstand</li> </ul>	<b>D</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Eishockeyarena</li> <li>• Multisportanlagen (Innen- und Aussen)</li> <li>• Mantelnutzung</li> <li>• Regelmässige Gross-Events</li> <li>• Animation durch Kurse und Events</li> <li>• Restaurant und verschiedene Bars</li> <li>• Einkaufsmöglichkeiten</li> </ul>

Abbildung 6 : Strategievarianten Bauformen einer Sport- und Eventhalle (eigene Darstellung)

Die in Abbildung 6 beschriebenen Varianten sind auf die Lancierung des Projektes in Saas-Grund, sowie auf die durchgeführten Besichtigungen, auf Eishockey und Eissport, zugeschnitten. Allerdings sind diese Varianten auch auf andere Hallensportarten übertragbar. Eine entscheidende Rolle spielt die Möglichkeit, ein Projekt in Etappen zu realisieren. Dies bedeutet, dass gewisse Elemente, wie beispielsweise Aussenanlagen oder unterirdische Bestandteile, erst im Verlaufe der Zeit hinzukommen würden. Resultieren würden tiefere Investitionskosten zu Beginn des Projektes. Im Folgenden werden die vier Strategievarianten kurz beschrieben.

#### 6.1.1 A: Klein & Einfach

Die simpelste Möglichkeit ist eine einfache Eishalle, welche in diesem Fall komplett auf Eissport ausgerichtet ist. Es besteht kein weiterer Platz für einen zweiten Sport sowie für einen ausgebauten Gastronomie-Betrieb. In den Sommermonaten könnte die Halle allenfalls für Hallensportarten und Nicht-sportliche Aktivitäten verwendet werden. Ein Beispiel ist die Brännli-Halle in Hasle-Rüegsau, die Heimspielstätte des MySports League (dritthöchste Liga) Teams EHC Brandis. Diese hat eine Kapazität von ca. 2000 Zuschauerplätzen, besitzt Garderoben und einen einfachen Kraftraum. Zwischen Frühling und Herbst kann auch Unihockey, Inline-Hockey sowie Streethockey gespielt werden. Des Weiteren steht die Halle in den Sommermonaten unter anderem auch für Empfänge, Generalversammlungen und Ausstellungen zur Verfügung (Brännli AG, 2017).

Die Vorteile sind die tieferen Kosten beim Bau sowie beim Unterhalt der Halle. Der Nachteil einer solchen Halle ist die klare Ausrichtung auf eine Nutzergruppe – in diesem Fall Eissport in Form des EHC Saastal –

ohne zusätzlichen Mehrwert für das Saastal. Der Tourismus würde kaum von der Halle profitieren, denn als Schlechtwetterprogramm wäre im Winter nur Eislaufen eine „neue“ Option. Allerdings ist dies nicht jederzeit möglich, da der EHC Saastal mit seinen Teams einen grossen Teil der Eiszeit für sich beanspruchen würde.

### **6.1.2 B: Klein & Komplex**

Die zweite Option wäre eine räumlich kleine Halle, jedoch mit einer komplexen Ausgestaltung. Der Hauptunterschied gegenüber der ersten Variante ist, dass das Produkt nicht nur auf eine Sportart ausgerichtet ist, sondern dass mehrere Aktivitäten gleichzeitig in der Halle ausgeübt werden können. Zudem ist in dieser Form auch ein Restaurationsbetrieb vorgesehen, der die Grösse eines reinen Imbissstandes übertrifft. Durch diese verschiedenen Bauteile ist der Mehrwert der Halle auch für die Bevölkerung und den Tourismus gegeben. Das bereits beschriebene Beispiel Adelboden (siehe 3.4.4 Freizeit- und Sportarena Adelboden) entspricht in etwa diesem Schema. Die kompakte Halle bietet neben Eishockey auch Bowling, Curling und Klettern an und hat ein Fassungsvermögen von 650 Zuschauerplätzen in der Hockeyhalle.

Der Vorteil ist die Befriedigung vieler Stakeholder: Eissportvereine, weitere Sportvereine, die von der Halle profitieren können, die freizeitorientierte Bevölkerung sowie Gäste, welche in den Ferien ebenfalls Freizeitaktivitäten betreiben wollen. Zudem sind sämtliche Tätigkeiten in der Halle eine Ausweichmöglichkeit für schlechtes Wetter – sowohl im Sommer, als auch im Winter. Die Nachteile befinden sich in der komplexeren Gestaltung der Halle, welche deswegen höhere Baukosten zur Folge hat. Zudem ist die Ausrichtung auf grössere Events nicht möglich.

### **6.1.3 C: Gross & Einfach**

Definitiv besser auf Events ausgerichtet wäre eine Halle mit einfacher Ausstattung, aber einem grösseren Flächenbedarf. Denkbar ist hier auch die Nutzung oder Verflechtung mit dem Aussenbereich. Somit würde eine Halle kombiniert mit Aussenplätzen (z. Bsp: Tennis, Fussball-Kleinfeld, Minigolf, Pumptrack) die Anlage zu einem Multisportareal „befördern“. Das Merkmal ist, dass die Halle keine komplizierten Konstruktionen aufweist und mit einem einfachen Sportangebot eine einfache Linie fährt. Auf Grund der grossen Fläche können neue Elemente jedoch modular in Etappen dazu gebaut werden.

Der Sporting Park Engelberg wird ungefähr als ein solcher Multisportkomplex (siehe 3.4.2 Sporting Park Engelberg) betrieben. Eissport und Tennis sind dort jeweils auf mehreren Feldern und Plätzen sowohl im Innen- als auch im Aussenbereich möglich. Weitere Bestandteile wie Curling, Klettern, ein Kraftraum und ein Restaurant sind ebenfalls vorhanden.

Der Vorteil einer solchen Anlage ist, dass die grosse Fläche das Angebot umfangreicher gestalten lässt. Wiederum sind mehrere Stakeholder ansprechbar, von der einheimischen Bevölkerung über die Sportvereine bis hin zum Tourismus. Gleichzeitig können die Kosten durch die Möglichkeit, Bauelemente modular hinzuzufügen, besser geplant und gesteuert werden. Dagegen entstehen höhere Investitionskosten durch die grössere Baufläche. Zudem sind die Betriebskosten höher bei einem Komplex mit grösserem Angebot. Allein schon mögliche Distanzen zwischen den verschiedenen Elementen, können höhere Betriebskosten verursachen.

### **6.1.4 D: Gross & Komplex**

Die aufwändigste Variante in unserem Raster ist die grosse und komplexe Version. Diese kombiniert eine Multisportanlage (In- und Outdoor) mit Dienstleistungen rund um die Halle in Form einer Mantelnutzung. Die Halle selbst wäre ausgerichtet auf grosse Events und hätte Platz für eine mittlere, vierstellige Zuschauerzahl. Durch die Mantelnutzung entsteht ein neuer Knotenpunkt in einer Region. Ein Erlebnis wird geschaffen durch den Sport, die Freizeitaktivitäten und die Einkaufsmöglichkeiten im Komplex.

Als Beispiel einer grossen Arena ist hier die Tissot-Arena zu nennen. Dieser Multisport-Komplex vereint ein Eishockey- und ein Fussballstadion (Kapazität 6'500 resp. 5'200 Zuschauer), welche mit einem gemeinsamen Dach miteinander verbunden sind. Die Baukosten betragen CHF 77 Mio. (Tissot Arena, 2017) (Baubudget inkl. Mantelnutzung CHF 200 Mio.). Der Komplex bietet neben den Stadien noch vier Aussenfussballfelder, ein gedecktes Ausseneisfeld sowie eine Curlinghalle. Des Weiteren finden sich in der Mantelnutzung unter anderem ein Kino, ein Fitnesscenter, sowie mehrere Läden und Restaurants.

Der Vorteil eines solchen Megakomplexes wären Grossevents, welche für eine Ortschaft wie auch für den Tourismus attraktiv sein könnten. Der Nachteil ist jedoch, dass der Komplex nebst den enormen Investitionskosten, ein Bündel von grossen Risiken birgt. Sobald eine der vielen Komponenten nicht planmässig funktioniert, ist das Projekt bedroht. Es besteht die Gefahr einer grossen, ungebrauchten Sportanlage sprich eines „weissen Elefanten“. In der heutigen Zeit ist Nachhaltigkeit ein zentrales Stichwort weshalb eine solche Anlage negative Folgen für die Verwaltung.

## 6.2 Strategievarianten Betriebsformen

Mindestens genauso wichtig wie die Überlegungen zum Bau einer Sport- und Eventhalle, sind die Ideen bezüglich dem Betrieb eines solchen Komplexes. Wie Niklaus Schwarz und Ruedi Zesiger in ihren Key Notes erklärten, ist ein gut optimierter Betrieb eminent wichtig für die Attraktivität sowie die Kosten einer Sport- und Eventhalle. Am Beispiel des Sportparks Bergholz in Wil, bei welchem der Empfang als Knotenpunkt für die Anlage samt Cafébetrieb verwendet, wird ist dies ersichtlich. Ebenfalls ist dieses Prinzip in der Kletterhalle o-bloc in Ostermundigen gewählt worden. Wichtig ist jedoch auch, wie der Betrieb einer Sport- und Eventhalle organisiert ist. Basierend auf den Analysen, Erfahrungsberichten und Besuchen von Sportanlagen sind nachfolgend die in der Schweiz üblichsten Betriebsformen erläutert.

### 6.2.1 Betrieb durch Gemeinde

Eine seltene Form ist der direkte Betrieb durch die Gemeinde. Alle Mitarbeiter werden von der Gemeinde angestellt und der Betrieb läuft auf Rechnung der Gemeinde. Meistens muss eine Gemeinde nebst Investitionskosten auch den Betrieb unterstützen. Viele Projekte sind auf Grund der fehlenden Rentabilität privatwirtschaftlich kaum finanzierbar. Das birgt bereits einige Nachteile: Da somit das Budget im Gemeindebudget verankert ist, erschwert dies oftmals die Abläufe, da neue Ausgabenposten von der Gemeinde bewilligt werden müssen. Diese längeren Entscheidungswege lassen auch oft weniger effiziente Marktanpassungen zu (BASPO, 2010). Da bei einem Stadionbetrieb jedoch ein Konkursrisiko besteht, wird der Betrieb (auch wenn von der Gemeinde finanziert) meistens ausgelagert (siehe 6.2.2 Betrieb durch Mischform). Der Sporting Park Engelberg ist Teil der Gemeinde Engelberg. Gemäss Herr Janka (Geschäftsführer) wäre der Betrieb in Form einer ausgelagerten Aktiengesellschaft sinnvoller, auf Grund der zuvor beschriebenen mangelnden finanziellen Selbständigkeit.

### 6.2.2 Betrieb durch eine Mischform

In den meisten Fällen wird eine neue Gesellschaft gegründet, damit im Falle eines Konkurses die Gemeinde nicht für den Ausfall aufkommen muss. Viele dieser privaten Trägerschaften gehören jedoch zu 100% einer Gemeinde. Die Tissot Arena in Biel beispielsweise wird von der CTS Biel-Bienne betrieben, welche vollumfänglich im Besitz der Stadt ist. Diese wiederum wird privatwirtschaftlich organisiert und funktioniert auch als solche Institution, was eine gewisse Eigenständigkeit und teils auch eine höhere Effizienz mit sich bringt (Bosshart, F. et al. 2010). Dennoch ist auch bei einer solchen Organisation die Entkoppelung von politischen Einflüssen schwierig. Eine weitere Möglichkeit ist der Betrieb durch die Tourismusorganisation der Gemeinde. Dies ist beispielsweise in Grindelwald der Fall. Grindelwald Tourismus mietet das Eis von der Sportzentrum Grindelwald AG und unterhält, administriert und vermarktet das Sportzentrum.

### 6.2.3 Betrieb durch eine private Gesellschaft

Im Profibereich ist nicht selten der Verein selber Betreiber eines Stadions. Dies kann in Form einer neu gegründeten Aktiengesellschaft oder einer GmbH der Fall sein. Wie Ruedi Zesiger erwähnte, sind die SCL Tigers als AG zum Betreiber der Ilfishalle geworden und haben damit gute Erfahrungen gemacht. Sie haben den Betrieb in eine eigene GmbH<sup>3</sup> gegliedert. In der Stockhornarena Thun ist dies beispielsweise der Fall. Nachdem die Genossenschaft die Betriebs AG liquidiert hat, übernahm der FC Thun den Betrieb selber, ebenfalls in einer AG organisiert. Dies zeigt wie schwierig der private Betrieb eines Stadions ist – sogar im Profibereich. Zudem werden auch private Betreiber oft von der Gemeinde subventioniert. Ebenfalls kann

---

<sup>3</sup> Eine GmbH braucht in der Schweiz ein tieferes Startkapital (CHF 20'000) als eine Aktiengesellschaft (CHF 100'000). (OR; Art. 621, 773)

der Betrieb als Genossenschaft organisiert werden. Bei einer Genossenschaft ist kein Gründungskapital erforderlich. Sowohl bei einer Aktiengesellschaft wie auch bei einer Genossenschaft kann die öffentliche Hand beteiligt sein. Die Daten sind bei den beiden Formen transparent, zudem ist eine breite Streuung der Kapitalgeber möglich. Die möglichen, vielen Interessensgruppen können jedoch auch nachteilig wirken. Ein Nachteil einer Aktiengesellschaft ist, dass nicht kostendeckende Anlagen geschlossen werden müssten, sollten sie nicht durch die öffentliche Hand entlastet werden (Bosshart, F. et al. 2010). Es sollten jedoch schnelle Entscheide möglich sein. Bei Genossenschaften hingegen kann das breit abgestützte Mitspracherecht verlangsamernd auf die Prozesse wirken.

## **6.3 Strategische Stossrichtungen**

Das Saastal muss sich möglichst früh für eine Strategie in Bezug auf den Bau einer Sport- und Eventhalle entscheiden. Je früher eine klare Strategie, desto „einfacher“ wird die Konzeption, um das Projekt zu erstellen. Wichtig ist dabei zu erwähnen, dass in den Workshops nicht nur machbare Formen evaluiert wurden, sondern auch auf die spezifischen Bedürfnisse des Saastals eingegangen wurde.

### **6.3.1 Priorisierung Strategievarianten Bauformen**

Im Workshop 2 wurden die verschiedenen Strategievarianten Bauformen präsentiert. Dabei haben insbesondere die Varianten B und C Anklang gefunden, während die Varianten A verworfen und D nicht in Betracht gezogen wurden.

Eine einfache Eishalle mit der vollumfänglichen Ausrichtung auf Eishockey (A: Klein & Einfach) würde zwar das Problem mit der Überdachung für den EHC Saastal lösen (siehe 3.3.2 Sportliche Bedeutung), allerdings würden die Bedürfnisse weiterer Stakeholder kaum gedeckt. Die Eiszeit würde zu einem grossen Teil vom EHC Saastal beansprucht und das Angebot am freien Eislaufen ist in der Region bereits vorhanden. Deshalb würden nicht alle Zielgruppen angesprochen, was eine schlechtere Akzeptanz des gesamten Projektes zur Folge hätte. Zudem wäre diese Variante nicht in Etappen umzusetzen und bedürfte deswegen höherer Erstinvestitionen. Ebenfalls keine Option ist die Variante „D: Gross & Komplex“ wegen der hohen Kosten. Hinzu kommt die Aussichtslosigkeit auf eine professionelle Hockeymannschaft im Saastal, sowie eine defizitäre Nutzung des Komplexes durch das kleine Einzugsgebiet.

Grösseres Interesse geweckt hat eine Variante gemäss Adelboden (B: Klein & Komplex) mit überschaubarer Fläche für Eissport, Curling, Bowling und Klettern. Die Umsetzung bedürfte einer zielgruppenspezifischen Auswahl der entsprechenden Angebote. Die Komplexität steht im Zusammenhang mit den betrieblichen Abläufen, welche im nächsten Abschnitt behandelt wird.

Die Variante „C: Gross & Einfach“ wäre in Saas-Grund oder im Saastal nicht nur auf eine Fläche zu beschränken, sondern könnte an mehreren Standorten innerhalb des Tals implementiert werden. Für die Teilnehmer des Workshops 2 wäre diese Variante interessant, da die Mehrfachnutzung das Potential hat, einen grossen Wert für das Saastal zu entwickeln. Somit sollte es einfacher sein, den Rückhalt in der Bevölkerung und der Politik zu erhalten. Ebenso kann ein modularer Aufbau über längere Zeit und an verschiedenen Standorten über das gesamte Saastal einen Mehrwert bringen.

### 6.3.2 Priorisierung Strategievarianten Betriebsformen

Die Wahl der Strategievariante Betriebsform ist zusammen mit der Strategievariante Bauform ein wichtiger Schritt im Strategieformulierungsprozess. Die Folgen einer falschen Betriebsform äussern sich in erhöhten Betriebskosten oder längeren Entscheidungsprozessen.

Der „Betrieb durch eine Gemeinde“ ist wie zuvor beschrieben nicht vorteilhaft (siehe 6.2.1 Betrieb durch Gemeinde). Die Sport- und Eventhalle Saas-Grund soll bekanntlich dem gesamten Saastal dienen, was gegen diese Variante spricht.

Als private Gesellschaft könnten der EHC Saastal, die Bergbahnen Hohsaas oder die Saastal Tourismus AG die Sport- und Eventhalle selbständig betreiben. Auf Grund der hohen Investitionskosten und den Bestrebungen einer Sport- und Eventhalle für das gesamte Saastal ist eine rein selbständige Finanzierung jedoch nicht realistisch.

Als Rechtsform ist eine Aktiengesellschaft zu priorisieren. Eine neu gegründete Gesellschaft wird spezifisch für den Betrieb strukturiert. Resultierend ist ein höherer Spezialisierungsgrad, als wenn die Eingliederung in eine bereits bestehende Organisation erfolgt. Mit grosser Wahrscheinlichkeit werden verschiedene Shareholder (Teilinhaber) die Sport- und Eventhalle finanzieren. Somit wird tendenziell der „Betrieb durch eine Mischform“ resultieren.

Der Betrieb durch eine Mischform bringt verschiedene Vorteile:

- Verschiedene Shareholder können die AG finanziell stützen.
- Durch die Rechtsform einer AG sind die Entscheidungswege kürzer.
- Die öffentliche Hand kann sich einbringen.
- Die Sport- und Eventhalle kann vom gesamten Saastal getragen werden.

# 7. Umsetzungsmassnahmen

In diesem Kapitel werden die nächsten Schritte erläutert beginnend mit der Gründung einer Projektorganisation. Darauffolgend soll die Strategie formuliert werden, welche danach implementiert wird. Die aufgelisteten Massnahmen garantieren keinen Erfolg und sind nicht abschliessend. Hierbei handelt es sich nicht um verbindliche Umsetzungsmassnahmen.

## 7.1 Projektorganisation

Eine Trägerschaft, in Form einer IG (Interessensgemeinschaft) oder eines Vereins muss die Sport- und Eventhalle vorantreiben. Die Trägerschaft hat die Funktion die Sport- und Eventhalle zu konzipieren.

Vertreter der wichtigsten Stakeholder sollten der Trägerschaft angehören. Es sind dies der Sport (EHC Saastal), die Gemeinden des Saastals, die Saastal Bergbahnen AG, die Bergbahnen Hohsaas und die Saastal Tourismus AG. Die jeweiligen Rollen der Vertreter in der Trägerschaft müssen zu Beginn definiert werden.

Das föderale System in der Schweiz begünstigt eine Projektführung, welche nicht durch die Politik geführt wird. Ebenfalls hat Ruedi Zesiger, aufgrund seiner Erfahrungen mit der Ifishalle davon abgeraten. Es ist vorteilhaft und einfacher, die Akzeptanz in der Gesellschaft über Kanäle ausserhalb der Politik zu erreichen, da diese zu stark polarisiert.

## 7.2 Strategieformulierung

Die Strategieformulierung beschreibt einen elementaren Schritt zu einer erfolgreichen Sport- und Eventhalle und hängt stark mit der Standortwahl, Massnahmen zur Kommunikation und Vermarktung sowie der Finanzierung der dieser zusammen.

Verschiedene Faktoren müssen bei der Formulierung in Betracht gezogen werden wie beispielsweise die Bedürfnisse für das Saastal aus sportlicher, touristischer und gesellschaftlicher Sicht oder das eher kleine Einzugsgebiet während der Zwischensaison.

Damit ein Konzept mit dem grösstmöglichen Mehrwert für das Saastal ausgearbeitet werden kann, evaluiert die Trägerschaft sinnvollerweise verschiedene Varianten. Bei der Formulierung ist darauf zu achten, dass die Strategie der Sport- und Eventhalle mit der Strategie der Saastal Tourismus AG einhergeht. Die Sport- und Eventhalle Saas-Grund müsste Teil ihrer Erlebnisinszenierung und Digitalisierungsstrategie werden. Ein weiterer Schritt ist die Definition strategierelevanter Stakeholder. Mögliche strategische Partner sind die Saastal Bergbahnen, die Bergbahnen Hohsaas, der EHC Saastal, die Schneesportschulen, die Hotellerie und andere.

Tabelle 18 zeigt Möglichkeiten von modularen Bauelementen, welche während dem Workshop 2 als wichtig erachtet wurden.

Tabelle 18 : Möglichkeiten modularer Bauelemente für die Sport- und Eventhalle Saas-Grund

Möglichkeiten modularer Bauelemente für die Sport- und Eventhalle Saas-Grund	
<b>Sport</b>	<b>Freizeit</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Kunsteisbahn</li><li>• Fun-Arena, Kinderwelt</li><li>• Fitness</li><li>• Kletterwand</li><li>• Pumptrack</li><li>• Bowling / Billard</li><li>• Indoor-Golf</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Restaurant</li><li>• Zuschauer-Tribüne</li><li>• Kinderhort</li><li>• Shop</li><li>• Seminarraum</li><li>• Kino</li></ul>

Das Angebot der Sport- und Eventhalle muss komplementär zu den bereits etablierten Sportarten des Saastals entwickelt werden. Der Shop beispielsweise müsste Ausrüstungen für Wandern, Klettern, Biken, Schneesport usw. vermieten und verkaufen. Der Pumptrack kann als Ergänzung zum bestehenden Bikeangebot mittels Kursen für Kinder und Jugendliche einen Mehrwert für das Saastal generieren.



## 7.3 Standort

Die Potentialanalyse Sport- und Eventhalle Saas-Grund basiert auf dem Standort Wichel in Saas-Grund. Die Lawinensituation sowie der verfügbare Platz schränken einen entsprechenden Bau ein. Die Standortfrage wurde im Workshop 2 diskutiert. Die Sport- und Eventhalle soll bekanntlich für das gesamte Saastal einen Mehrwert bringen. Somit wird die Trägerschaft den passenden Standortort evaluieren und in die Strategieformulierung miteinbeziehen müssen. Für die Freizeit- und Sportarena Adelboden wurden beispielsweise sieben unterschiedliche Standorte geprüft.

Der Standort Wichel in Saas-Grund bringt gute Voraussetzungen für eine Sport- und Eventhalle mit sich. Die Zentralität im Saastal und die Erreichbarkeit innerhalb des Tals sowie von Visp sind gut. Die Nähe zur Bergbahn Hohsaas kann mit der entsprechenden Strategie zu grossem Mehrwert verhelfen. Trotzdem ist zu eruieren, ob mehrere Standorte innerhalb des Saastals in Frage kämen (siehe 6.1 Strategievarianten Bauformen).

Eine gute Anbindung an den öffentlichen Verkehr sowie genügend Parkplätze sind zwingende Elemente für den Erfolg einer Sport- und Eventhalle. Die touristische Nutzung bedingt unkomplizierter Wege mit guter Beschilderung. Ob zusätzliche Transporte zur Sport- und Eventhalle organisiert werden müssen, ist in einem Verkehrskonzept zu prüfen.

## 7.4 Kommunikation und Vermarktung

*„Die Kommunikation darf nicht auf den Finanzen basieren, sondern muss den Mehrwert der Sport- und Eventhalle demonstrieren.“* (Aussage eines Teilnehmers des Workshop 2)

Niklaus Schwarz präsentierte während seinem Key Note, welche Mehrkosten für die öffentliche Hand bei Vergleichsobjekten anfallen. In der Kommunikation soll jedoch der Schwerpunkt auf dem Mehrwert der Sport- und Eventhalle Saas-Grund für die Bevölkerung, den Tourismus und den Sport liegen – und nicht auf den Finanzen.

Die Saastal Tourismus AG beschrieb in der Ausgangslage der Destinationsstrategie Saas-Fee/Saastal 2015-2020 (Saastal Marketing AG, 2014), die „fehlende Zusammenarbeit (Neid-Kultur), negative Stimmung und Resignation unter den Leistungsträgern und der Bevölkerung“. In der Vision letzterer wird jedoch eine „Infrastruktur- und Servicequalität die, den hohen Ansprüchen der Gäste entspricht und dass jeder im Saastal stolz auf das Tal ist und alle an einem Strick ziehen“, angestrebt. Demzufolge ist eine Vermarktung durch die Saastal Tourismus AG und eine Einbettung in deren Programm zu prüfen.

Eine Kommunikation durch bekannte Sportler aus dem Saastal hilft die Akzeptanz in der Region zu stärken. Pirmin Zurbriggen (Saas-Almagell), ehemaliger Skirennläufer, Gilles Senn (Saas-Almagell), Eishockey-Torwart des HC Davos, ehemaliger Saastal-Junior und Gewählter im NHL Entry Draft 2017 sowie Sophie Anthamatten (Saas-Grund), Torhüterin des EHC Saastal und Bronzemedailengewinnerin an den Olympischen Winterspielen 2014 in Sotschi, stellen solche Persönlichkeiten dar. Es gilt zu prüfen, in wie fern entsprechende Personen die Trägerschaft unterstützen können und für kommunikative Massnahmen zur Verfügung stehen.

## 7.5 Finanzierung

Die Finanzierung der Sport- und Eventhalle Saas-Grund wurde am Workshop 2 thematisiert. Die Key Notes sensibilisierten die Teilnehmenden auf die Wichtigkeit einer frühzeitigen Planung und der zielgerechten Kommunikation der Finanzierung. Aussagen über die Bau- und Betriebskosten können auf Grund der Projektphase noch keine gemacht werden. Die Form der Finanzierung muss zwingend im Betriebskonzept berücksichtigt werden und der Strategievariante angepasst sein.

Die Analysen und Key Notes brachten hervor, dass mit einem guten Konzept und einer entsprechenden Kommunikation die benötigten Investoren für die Sport- und Eventhalle gefunden werden können. Neben den Beiträgen aus der öffentlichen Hand, also von den Gemeinden, Kanton und Bund, müssen Beteiligungen von privaten Personen oder dem regionalen Gewerbe generiert werden.

*„Wie bedeutend die Erstellung dieses Grossprojektes für Adelboden ist, darf an der regen Unterstützung der einheimischen Bevölkerung und sehr zahlreicher Gäste geschlossen werden.“* Auszug Webpage: Freizeit- und Sportarena Adelboden

Nicht nur in Adelboden, sondern auch bei der Finanzierung der Iffishalle in Langnau waren Privatpersonen und Firmen mit ihrem Kapital unterstützend. Sämtliche Firmen, die einen Auftrag für die Sport- und Eventhalle Saas-Grund ausführen dürfen, sollen einen Teil der Aufwände als Sponsoring deklarieren. So können die Baukosten reduziert werden.

Projekte, welche im Saastal bereits geplant werden, wie beispielsweise der Ersatz des Kunstrasens in Saas-Fee oder der Ausbau der Bikestrecken, können im Konzept mit einbezogen werden. Somit besteht die Möglichkeit über die Nutzung von Synergien die effektiven Kosten zu senken.

## **7.6 Strategieimplementierung**

Die Strategieimplementierung wird in Englisch mit „Putting Strategy into Action“ illustriert. Die Trägerschaft soll nun in eine Betriebsorganisation überführt werden. Das entwickelte Betriebskonzept soll verabschiedet werden. Das Kommunikations- und Vermarktungskonzept muss umgesetzt werden und die Finanzierung der Sport- und Eventhalle ist sicher zu stellen.

Die Analysen haben ergeben, dass eine Aktiengesellschaft für den Betrieb einer Sport- und Eventhalle am sinnvollsten ist. Mit einer Aktiengesellschaft kann der Betrieb professionell geführt werden und schnelle Entscheidungsprozesse werden ermöglicht. Weiter können verschiedene Teilhaber (Shareholder) die Aktiengesellschaft tragen, was zu einer breiten Abstützung im Saastal führt.

Die Auslagerung von verschiedenen Geschäftsbereichen verursacht in der Regel zusätzliche Kosten und limitiert eine vollumfängliche Vermarktung der Anlage. Aus diesen Gründen wird geraten die komplette Sport- und Eventhalle durch eine Betriebsgesellschaft zu bewirtschaften.

## 7.7 Massnahmenkatalog

Nr.	Massnahmen
<b>1. Projektorganisation</b>	
1.1	Bildung einer Trägerschaft (IG oder Verein)
1.2	Rollendefinition der einzelnen Personen innerhalb der Trägerschaft
<b>2. Strategieformulierung</b>	
2.1	Strategievarianten „B: Klein & Komplex“ und „C: Gross & Einfach“ evaluieren
2.2	Eine Strategievariante ausarbeiten
2.3	Strategierelevante Stakeholder definieren
<b>3. Standort</b>	
3.1	Verschiedene Standorte evaluieren
3.2	Standortwahl anhand der gewählten Strategievariante
<b>4. Kommunikation und Vermarktung</b>	
4.1	Kommunikations- und Vermarktungsstrategie für die Strategievariante ausarbeiten
4.2	Vermarktung durch Saastal Tourismus AG prüfen
4.3	Sportliche Persönlichkeiten aus dem Saastal einbeziehen
4.4	Kommunikation und Vermarktung basiert auf dem Mehrwert der Anlage
<b>5. Finanzierung</b>	
5.1	Finanzierungsmöglichkeiten für die Strategievariante ausarbeiten
5.2	Finanzierungsmöglichkeiten für die Bevölkerung einbauen
5.3	Partizipationsmöglichkeiten für regionales Gewerbe einbauen
5.4	Finanzierungsentscheid der öffentlichen Hand vorbereiten
<b>6. Strategieimplementierung</b>	
6.1	Überführung der Trägerschaft in eine Betriebsorganisation (Aktiengesellschaft)
6.2	Betriebskonzept verabschieden
6.3	Kommunikations- und Vermarktungskonzept umsetzen
6.4	Finanzierung der Sport- und Eventhalle sicherstellen

## 8. Konsequenzen für die Region

Die Konsequenzen für die Region hängen stark mit der gewählten Strategie zusammen. Basierend auf dem Modell „Standortförderung durch Sport“ (siehe 2.1 Standortförderung durch Sport) werden die Konsequenzen für die Region erörtert. Diese zielen auf die Strategievarianten B und C ab.

### 8.1 Angebote & Dienstleistungen

Mit der Sport- und Eventhalle Saas-Grund erhält das Saastal ein Schlechtwetterangebot. Betreute Angebote für Kinder und Jugendliche und Sportanlagen im Aussenbereich wie beispielsweise ein Pumptrack oder eine Minigolfanlage werben die Region auf. Dazu lädt ein ansprechendes Restaurant oder Kaffee die Bevölkerung und Touristinnen und Touristen zum Verweilen ein. Zentral bei der Angebotsgestaltung ist es, dass das Angebot und die Dienstleistungen komplementär zu den bereits etablierten Sportarten wie Wintersport, Wandern und Alpinismus sowie Mountainbike entwickelt werden. Eine stetige Evaluation und Anpassung ist nötig, um die Bedürfnisse der entsprechenden Zielgruppen zu befriedigen. Mit der Priorisierung der Eisbelegung für das Eishockey können der EHC Saastal und Eishockeytrainingslager das Eisfeld auslasten.

### 8.2 Betreuung & Ausbildung

Qualifizierte Trainer und Instruktoeren sollen die Angebote betreuen und weiterentwickeln. In Zusammenarbeit mit den bestehenden Vereinen können die Instruktoeren gewonnen werden. Mit entsprechender Ausbildung über Jugend und Sport können die Instruktoeren teilweise finanziert werden. Der Schulsport soll im gesamten Saastal mit den Angeboten in der Sport- und Eventhalle aufgewertet werden. Für die Betreuung der Kinder oder Angebote benötigt es möglicherweise zusätzliches Personal wie Animatoren oder Fitnessinstruktoren, was wiederum Arbeitsstellen für das Saastal schafft.

### 8.3 Events & Wettkämpfe

Die Workshops zeigten auf, dass das Bedürfnis für grosse Anlässe weniger vorhanden ist. Die Durchführung von Events ist kosten- und zeitintensiv. Zudem steht die Halle dem Sport während der gesamten Eventdauer inklusive Auf- und Abbau nicht zur Verfügung. Die Veranstaltung von Events sollte nicht per se ausgeschlossen werden. Der Fokus der Sport- und Eventhalle Saas-Grund sollte zu Beginn auf kleineren Events liegen, welche einen Mehrwert für die Zielgruppen bringen. Der EHC Saastal kann seine Heimspiele und Trainings in einer gedeckten Eissporthalle austragen. Die damit verbundene Planungssicherheit für Trainings und Heimspiele hilft, den EHC Saastal gesund zu halten. Umgekehrt garantiert der EHC Saastal der Halle eine regelmässige Nutzung. Die Akzeptanz in der Bevölkerung wird damit gesteigert auch wenn die regelmässige Benutzung durch den EHC Saastal mit grosser Wahrscheinlichkeit nicht gewinnbringend sein wird.

### 8.4 Infrastruktur

Der Bau und Betrieb der Sport- und Eventhalle bringt Arbeit ins Saastal. Die Bau- und Unterhaltsarbeiten können an lokale Baufirmen vergeben werden. Für den Betrieb der Sport- und Eventhalle müssen verschiedene Arbeitsstellen geschaffen werden. Neben einem Geschäftsleiter und Administrations- und Reinigungspersonal werden Spezialisten wie etwa Trainingsleiter, Eismeister oder Köche benötigt.

Die Gemeinden des Saastals werden mit grosser Wahrscheinlichkeit die Betriebskosten der Sport- und Eventhalle stützen müssen. Die Akzeptanz in der Bevölkerung wird somit eine Herausforderung für die Trägerschaft.

Die Infrastruktur der Sport- und Eventhalle muss analog zum Angebot und den Dienstleistungen zwingend auf die bereits etablierten Sportarten im Saastal angepasst werden. So beinhaltet die Sport- und Eventhalle idealerweise Umkleidekabinen für Wanderer und Biker sowie eine Installation zur Reinigung von Bikes.

## 9. Schlussfolgerungen und Ausblick

Die Sport- und Eventhalle Saas-Grund hat das Potential, eine Schlüsselfunktion im Saastal einzunehmen. Einerseits kann sie das fehlende Schlechtwetterangebot für Kinder und Jugendliche wettmachen, andererseits erhält der EHC Saastal das lange ersehnte gedeckte Kunsteisfeld. Der EHC Saastal garantiert eine regelmässige Nutzung der Halle, welche somit nicht zu einem „weissen Elefanten“ verkommt.

Zentral für den Erfolg ist eine Sportanlage, die nicht nur für Saas-Grund, sondern für das gesamte Saastal gebaut wird – also eine **Saastalhalle**. Sie muss einen Mehrwert für die ganze Region schaffen und mehreren Anspruchsgruppen zu Gute kommen. Die Trägerschaft soll ein Betriebskonzept entwickeln, welches auf die strategische Ausrichtung des Saastals passt. Die Nutzung von Synergien im Saastal ist dabei elementar und soll strategische Partner am Erfolg der Anlage teilhaben lassen.

Die Potentialanalyse Sport- und Eventhalle Saas-Grund hat aufgezeigt, dass der Bau einer Saastalhalle möglich ist. Im Folgenden sind die wichtigsten Kernergebnisse des Prozesses aufgelistet:

- Die Saastalhalle muss alle Beteiligten ansprechen: Bevölkerung und Tourismus.
- Das ganze Saastal muss vom Projekt überzeugt sein.
- Eine adäquate Strategieformulierung ist zentral für den Erfolg.
- Es sollten im ganzen Prozess Synergien genutzt werden.
- Die öffentliche Hand wird sich wahrscheinlich am Bau und Betrieb der Halle beteiligen müssen.

Erste Vorschläge für die strategische Positionierung der Saastalhalle wurden beschrieben. Die neu zu gründende Trägerschaft hat nun die Aufgabe eine Strategie auszuarbeiten. Mit der richtigen Strategievariante, entsprechenden Angeboten und einer guten Betriebsstruktur kann die Saastalhalle das Saastal langfristig aufwerten. Die Basis für nächste Schritte wurde mit der Potentialanalyse gelegt.

# 10. Quellenverzeichnis

## Literatur

- Berner Zeitung (2011, Mai 23). *Das Aus für die Eishalle schockt die Region Huttwil*. Heruntergeladen von <https://www.bernerzeitung.ch/region/emmental/Das-Aus-fuer-die-Eishalle--schockt-die-Region-Huttwil/story/16491832>
- Bertozzi, L., Beutler, S., Fleischmann, T., Huber, W., Lüssi, C. & Spengler, T. (2008). *401 – Eissportanlagen – Planungsgrundlagen*. Magglingen: Bundesamt für Sport BASPO.
- BikePlanAG. (2016). *Konzept zur bikespezifischen Regionsentwicklung im Rahmen des STRATOS-Projekts „Bike Valais/Wallis“ für die Region*.
- Bosshart, F., Rey, W., Schilter, R., Schwendimann, M. & Wyder, R. (2010). *001 - Sportanlagen – Grundlagen zur Planung*. Bundesamt für Sport BASPO.
- Brunner, L., (2012). *Sportzentren. Die tourismus- und regionalökonomische Bedeutung*. Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus der Universität Bern.
- Bundesamt für Statistik (2017). *Hotellerie: Ankünfte und Logiernächte der geöffneten Betriebe nach Jahr, Monat, Tourismusregion und Gästeherkunftsland nach Jahr, Monat, Tourismusregion und Indikator*. Abgerufen am 30.10.2017 unter: [https://www.pxweb.bfs.admin.ch/Table.aspx?layout=tableViewLayout2&px\\_tableid=px-x-1003020000\\_103%2fpx-x-1003020000\\_103.px&px\\_language=de&px\\_type=PX&px\\_db=px-x-1003020000\\_103&rxid=79f7b7df-17a4-4388-8656-3d75aa294048](https://www.pxweb.bfs.admin.ch/Table.aspx?layout=tableViewLayout2&px_tableid=px-x-1003020000_103%2fpx-x-1003020000_103.px&px_language=de&px_type=PX&px_db=px-x-1003020000_103&rxid=79f7b7df-17a4-4388-8656-3d75aa294048)
- Kanton Wallis. (2016). *Strategie Velo & Bike Valais/Wallis*.
- Lamprecht, M., Bürgi, R., Gebert, A. & Stamm, H. (2017). *Sportvereine in der Schweiz: Entwicklungen, Herausforderungen und Perspektiven*. Magglingen: Bundesamt für Sport BASPO.
- Lamprecht, M., Fischer, A., & Stamm, H. (2014). *Sport Schweiz 2014: Sportaktivität und Sportinteresse der Schweizer Bevölkerung*. Magglingen: Bundesamt für Sport BASPO.
- Lamprecht, M., Fischer, A., Wiegand, D. & Stamm, H. (2015). *Sport Schweiz 2014: Kinder- und Jugendbericht*. Magglingen: Bundesamt für Sport BASPO.
- Moeschler, O., & Herzig, A. (2016). *Das Kultur- und Freizeitverhalten in der Schweiz – Erste Ergebnisse der Erhebung 2014*. Bundesamt für Statistik (BFS).
- Müller, H., (2011). *Der Schweizer Tourismus im Klimawandel – Auswirkungen und Anpassungsoptionen*. Staatssekretariat für Wirtschaft SECO.
- Müller, H. & Weber, F. (2008). *2030: Der Schweizer Tourismus im Klimawandel*. Schweiz Tourismus.
- Näf, N., Kempf, H., Weill, J. & Kindschi, J. (2017). *Engadin Skimarathon – Schlussbericht Strategic Audit*. Magglingen: Bundesamt für Sport (BASPO).
- Presseportal Schweiz (2017 Januar 22). *Südkoreanischer Doppelsieg am Ice and Sound - Saas Fee*. Heruntergeladen von <https://www.presseportal-schweiz.ch/pressemitteilungen/suedkoreanischer-doppelsieg-am-ice-and-sound-saas-fee>
- Rechnungs-Talgemeinde (2016). *Rechnungs-Talgemeinde (Einwohnergemeinde-Versammlung) Dienstag, 10. Mai 2016*. Engelberg Einwohnergemeinde.
- Rikus, S., Fischer, A. & Lamprecht, M. (2015). *Mountainbiken in der Schweiz 2014 (Pilotstudie)*. Hrsg. Bundesamt für Strassen und SchweizMobil.
- Rütter, H., Rieser, C., Hellmüller, P., Schwehr, T. & Hoff, O. (2017). *Sport und Wirtschaft Schweiz. Wirtschaftliche des Sports in der Schweiz – 2014*. Rüslikon: Rütter Soceco.
- Saastal Bergbahnen AG (2015). *Businessplan Freestyle und Cross Campus Saas-Fee*.
- Saastal Marketing AG (2016). *Saas-Fee/Saastal Tourismus Geschäftsbericht 2015/16*.
- Saastal Marketing AG (2014). *Destinationsstrategie Saas-Fee/Saastal 2015-2020*. 25.11.2014 Kurzfassung.

**Bundesamt für Sport BASPO**

Eidgenössische Hochschule für Sport Magglingen EHSM

Stopper, M., Kempf, H., Güntensperger, A. & Bäumle, T. (2015). *Nordisches Skizentrum Gadmen – Schlussbericht Strategieworkshops 1 und 2*. Magglingen: Bundesamt für Sport BASPO.

Swiss Freestyle World (2014). *Swiss Freestyle World – Das Nationale Freestyle Off-Snow Trainingszentrum in Brig*.

Swiss Olympic (2017). *Ausführungsbestimmungen zu den „Richtlinien für die Einstufung der Sportarten“*. Ittigen b. Bern.

Walliser Bote (2017 März 12). *Geschwindigkeitsrausch auf Eis und Schnee*. Heruntergeladen von <http://www.1815.ch/news/sport/wallis/geschwindigkeitsrausch-auf-eis-und-schnee/>

Wheelen, T. & Hunger, D. (2010). *Strategic Management and Business Policy*. Boston: Pearson/Prentice Hall.

### **Internetseiten**

Freie Ferienrepublik Saas-Fee:	<a href="http://www.saas-fee.ch">www.saas-fee.ch</a>
Freizeit- und Sportarena Adelboden:	<a href="http://www.arena-adelboden.ch">www.arena-adelboden.ch</a>
Fundorena Feldberg:	<a href="http://www.fundorena.de">www.fundorena.de</a>
Klettersteig - Paradies Saas-Fee/Saastal:	<a href="http://www.klettersteig.ch">www.klettersteig.ch</a>
Lentpark Köln:	<a href="http://www.koelnbaeder.de/eis/lentpark">www.koelnbaeder.de/eis/lentpark</a>
RW Oberwallis (RWO):	<a href="http://www.rw-oberwallis.ch">www.rw-oberwallis.ch</a>
Schweizer Alpen Club:	<a href="http://www.sac-cas.ch">www.sac-cas.ch</a>
Sporting Park Engelberg:	<a href="http://www.sportingpark.ch">www.sportingpark.ch</a>
Sportzentrum Grindelwald:	<a href="http://www.sportzentrum-grindelwald.ch">www.sportzentrum-grindelwald.ch</a>
Verband Schweizer Seilparks:	<a href="http://www.seilparks.ch">www.seilparks.ch</a>

# 11. Anhang

## 11.1 Projektteam EHSM

### **Bruno Bosshard**

Bruno Bosshard absolvierte den Bachelor in Sportwissenschaften und den Master Spitzensport mit Vertiefung Sportmanagement an der Eidgenössischen Hochschule für Sport Magglingen (EHSM). Nach seinem Masterstudium begann er sein Hochschulpraktikum im Ressort Sport und Gesellschaft an der EHSM.

### **Dr. Hippolyt Kempf**

Hippolyt Kempf studierte und promovierte nach seiner Zeit im Spitzensport an der Universität Fribourg in Wirtschafts- und Sozialwissenschaften mit Vertiefung Wirtschafts- und Finanzpolitik. Seit 2008 leitet er das Ressort Sport und Gesellschaft (früher Sport und Wirtschaft) an der Eidgenössischen Hochschule für Sport Magglingen (EHSM). Neben seiner Tätigkeit an der EHSM ist er Member of the FIS Sub-Committee for World and Continental Cups sowie Disziplinenchef Langlauf bei Swiss-Ski.

### **Jeremy Weill**

Jeremy Weill studierte Wirtschaftswissenschaften an der Universität Basel und erlangte den Masterabschluss 2015. Dabei absolvierte er ein Semester in Taiwan. Nach einem Praktikum beim Schweizer Fernsehen in der Wirtschaftsredaktion wechselte er Anfang 2016 zur Eidgenössischen Hochschule für Sport Magglingen (EHSM) in das Ressort Sport und Gesellschaft, wo er zunächst das Hochschulpraktikum absolvierte und seither als wissenschaftlicher Mitarbeiter und Dozent tätig ist.

Vielen Dank für die Mitarbeit und Unterstützung an die ehemals im Projekt involvierten Personen:

**Niklaus Schwarz**

**Ruedi Zesiger**

**Walter Mengisen**

**Fabienne Hoch**

**Jöri Kindschi**



## 11.2 Programme und Teilnehmer Workshops

### Programm Workshop 1 vom 19. Mai 2017

Uhrzeit	Inhalt	Wer
13.15 – 13.30	Eintreffen der Workshop Teilnehmer	Alle
13.30 – 13.40	Begrüssung, Projektidee	Bruno Ruppen
13.40 – 13.50	Einleitung in den Workshop Regionale Einordnung Saas-Tal	EHSM
13.50 – 14.00	Der Eishockeykunde – Datenanalyse	EHSM
14.00 – 14.15	<b>Key Note:</b> Einordnung der Sportart Eishockey	Walter Mengisen
14.15 – 15.15	<b>Workshop:</b> Eine Sport- und Eventhalle für das Saas-Tal <i>Überlegungen zu den Standards einer Sport- und Eventhalle sowie für den Eissport. Standards ergänzen und priorisieren, konkrete Optimierungsmaßnahmen formulieren.</i>	Alle
15.15 – 15.30	Kaffeepause	Alle
15.30 – 16.00	Best Practice für die Ideengenerierung <i>Beispiele von erfolgreichen Sport- und Eventhallen.</i>	EHSM
16.00 – 17.00	<b>Workshop:</b> Strategievarianten zur optimalen Auslastung <i>Brainstorming zu den Erwartungen, Möglichkeiten, Kooperationsmöglichkeiten, usw. einer Sport- und Eventhalle für das Saas-Tal.</i>	Alle
17.00 – 17.15	Vorbereitung Workshop 2 <i>Ziele und Erwartungen, Auswahl Stakeholder, Verabschieden Programm und Referenten, Vorbereitende Informationen an die Teilnehmer.</i>	EHSM
17.15 – 17.25	Varia Wrap up und weiteres Vorgehen	EHSM
17.25 – 17.30	Abschluss	Bruno Ruppen

**Teilnehmer Workshop 1 vom 19. Mai 2017**

Name	Vorname	Funktion	E-Mail
Anthamatten	Barbara	EHC Saastal	robert.anthamatten@hotmail.com
Anthamatten	Christoph	Vize-Gemeindepräsident Saas-Grund	info@chalet-frosinn.ch
Bornet	Etienne	Dienststelle Kanton Wallis	etienne.bornet@admin.vs.ch
Burgener	Martin	BKW	martin.burgener@bkw.ch
Geiser	Alexander	Tennisclub Saastal	alexander.geiser@zengaffinenag.ch
Kalbermatten	Sandro	Gemeindeschreiber Saas-Grund	sandro.kalbermatten@3910.ch
Kuonen	Marcelline	Valais/Wallis Promotion	marcelline.kuonen@valais.ch
Michlig	Roger	RWO, Regionale Wirtschaftsförderung Oberwallis	roger.michlig@rw-oberwallis.ch
Ruppen	Bruno	Gemeindepräsident Saas-Grund	bruno.ruppen@3910.ch
Schaer	Pascal	Saas-Fee Saastal Tousimus	pascal.schaer@saas-Fee.ch
Scherrer	David	BKW	david.Scherrer@bkw.ch
Venez	Manfred	Baukommissionspräsident Gemeinde Saas-Grund	manfred.venetz@mls-architekten.ch
Zengaffinen	Gerd	EHC Saastal	gerd@saastal.educanet2.ch
Zurbriggen	Claudio	Gemeinderat	info@hoteladler.ch
Zurbriggen	Pius	Gemeinderat Saas-Grund	bumanntransporte@bluewin.ch
Bosshard	Bruno	EHSM	bruno.bosshard@baspo.admin.ch
Kempf	Hippolyt	EHSM	hippolyt.kempf@baspo.admin.ch
Kindschi	Jöri	EHSM	joeri.kindschi@baspo.admin.ch
Weill	Jeremy	EHSM	jeremy.weill@baspo.admin.ch

## Programm Workshop 2 vom 21. September 2017

Uhrzeit	Inhalt	Wer
13.15 – 13.30	Eintreffen der Workshop Teilnehmer	Alle
13.30 – 13.35	Begrüssung	Bruno Ruppen
13.35 – 13.45	Einführung in den Workshop 2 <ul style="list-style-type: none"> <li>- Potentialanalyse Sport- und Eventhalle Saas-Grund</li> <li>- Workshop 1 (Learnings und SWOT-Analyse)</li> <li>- Ziele des Workshops 2</li> </ul>	EHSM/HKe
13.45 – 14.15	<b>Key Note:</b> Kosten- und Aufwandsschätzung für eine Sport- und Eventhalle <i>Einblicke in Bau- und Betriebskosten entsprechender Eissporthallen</i>	Niklaus Schwarz, Leiter Fachstelle Sportanlagen EHSM
14.15 – 14.45	<b>Key Note:</b> Einfach und klein vs. gross und komplex <i>Gefahren beim Entscheid für komplexe Multisportanlagen</i>	Rudolf Zesiger, Leiter Fachstab J+S, ehemaliger GL und Sportchef SCL Tigers
14.45 – 15.15	Kaffeepause	Alle
15.15 – 15.45	Weitere Analysen <ul style="list-style-type: none"> <li>- Besichtigung Engelberg</li> <li>- Besichtigung Swiss Holiday Park</li> <li>- Begehung Saas-Grund und Saas-Fee</li> <li>- Analyse Eishockey Trainingslager</li> </ul>	EHSM/bbo
15.45 – 16.30	<b>Workshop:</b> Von der Potentialanalyse zum Projekt Phase 1 <ul style="list-style-type: none"> <li>- Learnings aus dem WS1</li> <li>- Überarbeitung SWOT-Analyse</li> </ul>	Mentoren
16.30 – 17.15	Phase 2 <ul style="list-style-type: none"> <li>- Strategievarianten</li> <li>- Massnahmen für eine erfolgreiche Sport- und Eventhalle</li> </ul>	Mentoren
17.15 – 17.40	Offene Abschlussdiskussion: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Inputs SWOT-Analyse</li> <li>- Massnahmen für eine erfolgreiche Sport- und Eventhalle</li> <li>- Learnings aus dem WS2</li> </ul>	Alle
17.40 – 17.55	Wrap-Up und Ausblick <ul style="list-style-type: none"> <li>- Weiteres Vorgehen</li> <li>- Schlussbericht</li> <li>- Varia</li> </ul>	EHSM/HKe
17.55 – 18.00	Abschluss	Bruno Ruppen

## Teilnehmer Workshop 2 vom 21. September 2017

Name	Vorname	Funktion	E-Mail
Anthamatten	Barbara	Präsidentin EHC Saastal	robert.anthamatten@hotmail.com
Burgener	Konrad	Gemeindepräsident Saas-Balen	koni.burgener@gmx.ch
Burgener	Martin	BKW	martin.burgener@bkw.ch
Dumoulin	Rinaldo	Adjunkt, Jugend und Sport Wallis	rinaldo.dumoulin@admin.vs.ch
Kalbermatten	Bernd	Gemeindeschreiber Saas-Fee	bernd.kalbermatten@3906.ch
Kalbermatten	Sandro	Gemeindeschreiber Saas-Grund	sandro.kalbermatten@3910.ch
Lomatter	Sandro	Leiter Projekte Saastal Bergbahnen	sandro.lomatter@saas-fee.ch
Ruppen	Bruno	Gemeindepräsident Saas-Grund	bruno.ruppen@3910.ch
Scherrer	David	BKW	david.Scherrer@bkw.ch
Studer	Daniel	RWO, Regionale Wirtschaftsförderung Oberwallis	daniel.studer@rw-oberwallis.ch
Truffer	Stefan	Präfekt Bezirk Visp	truffer.stefan@me.com
Venez	Manfred	Baukommissionspräsident Gemeinde Saas-Grund	manfred.venetz@mls-architekten.ch
Zengaffinen	Gerd	EHC Saastal	gerd@saastal.educanet2.ch
Zerzuben	Martin	EHC Saastal	martin.zerzuben@ehc-saastal.ch
Zurbriggen	Claudio	Gemeinderat Saas-Grund	info@hoteladler.ch
Zurbriggen	Pius	Gemeinderat Saas-Grund	bumanntransporte@bluewin.ch
Zurbriggen	Roberto	Gemeinderat Saas-Grund	roberto.zurbriggen@bluewin.ch
Bosshard	Bruno	EHSM	bruno.bosshard@baspo.admin.ch
Hoch	Fabienne	EHSM	fabienne.hoch@baspo.admin.ch
Kempf	Hippolyt	EHSM	hippolyt.kempf@baspo.admin.ch
Schwarz	Niklaus	EHSM	niklaus.Schwarz@baspo.admin.ch
Zesiger	Rudolf	EHSM	rudolf.Zesiger@baspo.admin.ch

## 11.3 Qualitätsstandards Sport- und Eventhalle Saas-Grund

### Angebote & Dienstleistungen

Standard	Anforderungen	
	Kinder-, Jugend- und Breitensport (Einzel- & Gruppengäste, Familien und Schulen)	Nachwuchs- und Leistungssport
<b>Buchungszentrale</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Klare Priorisierung der Eisbelegung (Eishockeytraining, Events, und freies Eislaufen)</li> <li>• Buchungsplattform für die einzelnen Angebote</li> <li>• Kundenorientierte Kommunikation und Vermarktung</li> <li>• Zusammenarbeit mit der Freien Ferienrepublik Saas-Fee und Saastal Marketing AG</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eishockey hat Priorität auf dem Eisfeld</li> <li>• Buchungszentrale für Reservationen der Sportanlagen, Unterkünfte, Restaurant</li> <li>• Attraktive Packages für Trainingslager</li> </ul>
<b>Sport- und Eventhalle inkl. Umgebung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einladende Atmosphäre</li> <li>• Restaurant / Kaffee</li> <li>• Anbindung ÖV</li> <li>• Trainingszeiten angepasst an Öffentlichen Verkehr</li> <li>• Mehrmals pro Woche freies Eislaufen</li> <li>• Angebote für Eishockey Plauschspiele</li> <li>• Kinderbetreuung</li> <li>• Hilfsmittel für Anfänger</li> <li>• Saubere sanitäre Anlagen</li> <li>• WiFi</li> <li>• Sportgeschäft in der Nähe für Ersatzmaterial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Separate Räumlichkeiten zur Nutzung als Theorieraum, Materialräume, Medizinraum</li> <li>• Bei Bedarf reservierte Parkplätze für Teams und Funktionäre</li> <li>• Videoanalysen (Kameras, Videoaufbereitung, usw.)</li> <li>• Höhenkammer</li> <li>• Leistungsdiagnostik</li> <li>• LPMS (Local Positioning Management System)</li> </ul>
<b>Unterkunft</b> <i>Hotels / Gruppenunterkünfte</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Direkter Zugang zur Halle (kurze Wege)</li> <li>• Wellness / Massageservice (vor Ort oder in Kooperation mit Partnern)</li> <li>• WiFi</li> <li>• Spezialangebote (Sportferien)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Angepasste Preise für Trainingslager</li> <li>• Ausreichende Bettenkapazität</li> <li>• Waschservice</li> </ul>
<b>Verpflegung</b> <i>Restaurant</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sportlernahrung (Kohlenhydrat reich und ausgewogen)</li> <li>• Angepasste Speisekarte (Allergiker)</li> <li>• Vielseitige, gesunde und regionale Produkte</li> <li>• Lunchpakete</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Spezialmenus für Athleten</li> <li>• Essenszeiten frei wählbar</li> <li>• Separater Essensraum</li> </ul>
<b>Unterhaltung und Alternativprogramm</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alternative Sportmöglichkeiten <ul style="list-style-type: none"> <li>– Schneesport</li> <li>– Mountainbike</li> <li>– Wandern / Bergsteigen</li> <li>– Klettern</li> <li>– Schneeschuh-Trails</li> </ul> </li> <li>• Wellnessangebote, Sauna, SPA, Massagen</li> <li>• Regelmässige Kultur- und Musikveranstaltungen</li> <li>• Koordinierter Veranstaltungskalender für das Saastal</li> </ul>	

## Betreuung & Ausbildung

Standard	Anforderungen		
	Kinder-, Jugend- und Breitensport (Einzel- & Gruppengäste, Familien und Schulen)	Nachwuchs- und Leistungssport	
Betreuung & Ausbildung	<b>Regionale Sportförderung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gezielte Sportangebote für die Bevölkerung und Gäste</li> <li>• Unterstützung der Vereine in der Entwicklung ihres Sportangebotes</li> <li>• Förderung und Ausbildung von Trainern und J+S-Leitern aus der Region</li> <li>• Ausbildung und Sensibilisierung von Lehrpersonen in der Region</li> <li>• Eissport ist im Schulsport integriert</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Qualifizierte Trainer und Instrukturen</li> <li>• Austragungsort von J+S-Ausbildungskursen</li> </ul>
	<b>Eishockey</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Region verfügt über einen funktionsfähigen Eishockeyclub</li> <li>• Mindestens ein Team pro Förderstufe SIHF</li> <li>• Wöchentlich mind. 2 Trainings pro Förderstufe SIHF</li> <li>• Betreuung durch ausgebildete J+S-Leiter</li> <li>• Regelmässige Erwachsenentrainings</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gezielte Nachwuchsförderung durch EHC Saastal</li> <li>• Angebot entspricht den J+S-Nachwuchsförderungsrichtlinien</li> <li>• Betreuung durch ausgebildete Nachwuchstrainer</li> <li>• Sportwissenschaft</li> <li>• Forschung &amp; Entwicklung - Eishockey spezifisch</li> </ul>
	<b>Kinder- und Jugendangebote</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Spezifische Angebote für Kinder und Jugendliche</li> <li>• Genügend Mietmaterial für Kinder- und Jugendsport</li> <li>• Betreuung durch J+S Kids Leiter</li> <li>• Spezifische didaktische Aufbereitung und Methodik für Kinder und Jugendliche</li> <li>• Geschichten und Wissenswertes aus der Region können spezifisch vermittelt werden</li> <li>• Urkunden und Medaillen werden basierend auf spezifischen Kriterien vergeben</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jugendwettkämpfe nach SIHF Reglementen</li> <li>• Vermittlung von kompetenzspezifischem Wettkampftraining → spielerisch den Umgang mit Wettkampf lernen</li> <li>• Vereinsangebot besteht für Nachwuchsleistungssport</li> </ul>
	<b>Medizinische Versorgung und Beratung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rettungskonzept wird kommuniziert und veranschaulicht</li> <li>• Zusammenarbeit mit regionalen Ärzten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Swiss Olympic Medical Base</li> <li>• Medizinische Versorgung und Beratung vor Ort</li> <li>• Physiotherapeutische Versorgung</li> </ul>

\*SIHF = Swiss Ice Hockey Federation, Schweizer Eishockey Verband

## Events & Wettkämpfe

Standard	Anforderungen		
	Kinder-, Jugend- und Breitensport (Einzel- & Gruppengäste, Familien und Schulen)	Nachwuchs- und Leistungssport	
Events & Wettkämpfe	<b>Organisation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Professionelle Organisation</li> <li>• Kundenorientierte Vermarktung</li> <li>• Pool an freiwilligen Helfern</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eingespieltes Organisationkomitee aus der Region</li> </ul>
	<b>Sportevents</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jährlich mindestens ein Plauschevent in den verschiedenen Sportarten oder Sportartenübergreifend</li> <li>• Regelmässige Special Events – Bspw. Trainiere mit einem NLA-Spieler</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trainingsspiele von NLA / NLB Clubs</li> </ul>
	<b>Wettkämpfe</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jährliche Kinder-, Jugend- und Breitensportwettkämpfe (Winter und Sommer)</li> <li>• Teamevents in verschiedenen Sportarten und Aktivitätsformen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jährliche Nachwuchswettkämpfe</li> </ul>
	<b>Weitere Events</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vereinsanlässe</li> <li>• Musikanlässe</li> <li>• Kulturanlässe</li> </ul>	



## Infrastruktur

Standard	Anforderungen		
	Kinder-, Jugend- und Breitensport (Einzel- & Gruppengäste, Familien und Schulen)	Nachwuchs- und Leistungssport	
Infrastruktur	<b>Betrieb / Organisation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tourismus erhält regelmässigen Zugang zum Eis</li> <li>• Schulen erhalten regelmässigen Zugang zum Eis</li> <li>• Eine Ansprechperson für die Reservationen und Organisation</li> <li>• Erste Hilfe-Konzept mit klarer Kennzeichnung</li> <li>• Saubere sanitäre Anlagen</li> <li>• Nachhaltiger Bau (Energieeffiziente Lösung, Isolation)</li> <li>• Barrierefrei (Rollstuhlgängig)</li> <li>• Genügend Parkplätze</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eis soll ab Juli für Eishockey spielbereit sein</li> <li>• Eis soll bis Ende Mai bespielbar sein</li> <li>• Eine Ansprechperson für die Organisation</li> <li>• Optimale Organisation für die verschiedenen Benutzergruppen (Priorität Leistungssport)</li> </ul>
	<b>Eissport</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Regelmässige Eispflege (Zamboni)</li> <li>• Eismeister (Fachspezialist bereits in der Planungsphase)</li> <li>• Schlittschuhgängige Bodenbeläge (bis ins Restaurant)</li> <li>• Schmutzschleuse beim Eingang</li> <li>• Schmelzgrube (für Eisabrieb)</li> <li>• Schliessfächer</li> <li>• Lautsprecheranlage</li> <li>• Spielanzeigetafel</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kraftraum für die physische Vorbereitung der Spieler</li> <li>• Aktive Regeneration (Kalt- / Warmwasserbad)</li> <li>• Raum für Physiotherapie</li> <li>• Garderoben für die Langzeitbelegung (Trainingslager)</li> <li>• Erweiterte Garderobenausstattung</li> <li>• Banden gemäss Richtlinien SIHF*</li> <li>• Eisqualität gemäss Richtlinien SIHF*</li> <li>• Waschmaschine &amp; Tumbler</li> </ul>
	<b>Sport allgemein</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Modernes Sportmaterial</li> <li>• Sportmaterial nahe beim vorgesehenen Nutzungsort</li> <li>• Moderne Bodenbeläge</li> <li>• Zeichnungen für die entsprechenden Sportarten</li> <li>• Aussensportanlagen zur erweiterten Nutzung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gute Beleuchtung der Aussenanlagen</li> <li>• Fitnessraum mit moderner Infrastruktur</li> </ul>
	<b>Umgebung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aussengarderoben</li> <li>• Einheitliche Beschilderungen</li> <li>• Infotafel mit Übersichtsplan</li> <li>• Picknickraum / Gruppenraum</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Möglichkeiten für Outdoortraining</li> </ul>
	<b>Events</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Halle muss verdunkelt werden können (schwarze Vorhänge)</li> <li>• Einfahrt für Lastwagen in die Halle (40 Tonnen)</li> <li>• Hohe Deckentraglast (Beleuchtung und Beschallung)</li> <li>• Warenaufzug an bedeutender Stelle</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zuschauerkapazität von min. 500 Zuschauer</li> <li>• Spielbeleuchtung</li> <li>• Möglichkeit von temporärer Stadionerweiterung <ul style="list-style-type: none"> <li>- Erweiterung Tribünen</li> <li>- Sanitäre Anlagen</li> <li>- Catering</li> </ul> </li> </ul>

\*SIHF = Swiss Ice Hockey Federation, Schweizer Eishockey Verband



Ein Produkt der Eidgenössischen Hochschule für Sport Magglingen EHSM

Autoren: Bruno Bosshard, Dr. Hippolyt Kempf, Jeremy Weill

Fotos: Ulrich Känzig

Ausgabe: 31.10.2017

Herausgeber: Bundesamt für Sport BASPO

Internet: [www.baspo.ch](http://www.baspo.ch)

E-Mail: [sportoekonomie@baspo.admin.ch](mailto:sportoekonomie@baspo.admin.ch)

Alle Rechte vorbehalten. Vervielfältigung oder Verbreitung jeder Art – auch auszugsweise – nur mit schriftlicher Genehmigung des Herausgebers und unter Quellenangabe gestattet.