

Wasserwelten Göschenen

Interpretation der Ergebnisse

Inhaltsverzeichnis

1. Modellregion Göschenen.....	2
2. Wasserwelten Göschenen: www.wasserwelten.ch	2
3. Ökologische Effekte	3
4. Ökonomische Effekte	4
5. Soziokulturelle Effekte	5
6. Wert/Nutzen in Bezug auf die Förderung der nachhaltigen Entwicklung	7
7. Innovationsgehalt	9
8. Preise / Förderung / Referenzen	11
9. Projektleitung	12

April 2005: Die Projektleitung

1. Modellregion Göschenen

Das Projekt Modellregion Göschenen versuchte während einer dreijährigen Pilotphase (1998 bis 2000) einen sanften, umwelt- und sozialverträglichen Alpinismus und Alpintourismus zu initiieren und zu fördern: Einen Alpintourismus, welcher seine eigenen Ressourcen, die alpinen Kulturlandschaften und die letzten noch unberührten Wilderness-Gebiete nicht zerstört, sondern nachhaltig umweltverträglich nutzt. Verschiedene Bereiche wie Bergsteigen, Alpintourismus, Landschaftsschutz, Berglandwirtschaft und Wirtschaft sollten im Projekt miteinander verknüpft und wechselseitig gestärkt werden.

Die Pilotphase sollte der Idee eines nachhaltigen Alpintourismus in Göschenen Auftrieb geben, konkrete Projekte realisieren, die für die Schweiz beispielhaft sein können und Strukturen für eine langfristig erfolgreiche Entwicklung zu schaffen. Eines dieser konkreten Projekte wurde mit Wasserwelten Göschenen ab 2001 realisiert. Mit der Modellregion Göschenen wurde ein für die Schweiz damals neuartiges Pilotprojekt in die Tat umgesetzt. Das Projekt hat ein Zeichen gesetzt für ein Gleichgewicht zwischen Schutz und Nutzung der alpinen Regionen unter Berücksichtigung der legitimen Interessen der Bergbevölkerung.

Dank der Realisierung dieses Projektes wurden im Kanton Uri viele Steine ins Rollen gebracht, Denkprozesse in Gang gesetzt und Grundlagen für fruchtbare Diskussionen geschaffen. Das Projekt war und ist eine konkrete Umsetzung der lokalen Agenda 21 sowie der Alpenkonvention: nachhaltige Entwicklung auf ökologischer, soziokultureller und ökonomischer Ebene.

2. Wasserwelten Göschenen: www.wasserwelten.ch

Das Projekt Wasserwelten Göschenen realisiert in der Region Göschenen eine Plattform für Umweltbildung, Naturerlebnisse und sanften Tourismus rund um den Themenkreis Wasser. Die Region Göschenen wird als einmaliges Ausflugsziel positioniert und soll zu einer zentralen Anlaufstelle für an Wasser- und Naturthemen und an Umweltbildung Interessierte werden: Naturanimation, Bildung und Umwelterlebnisse entlang der Bergbäche und im projektierten Kompetenzzentrum Fluvarium in der Region Uri-Gotthard.

„Wasserweg Göschenen“: Von den Vorfeldern des Dammagletschers zuhinterst im Göschener Tal bis zur Kläranlage unterhalb des Dorfes zeigen 89 Stationen auf einem Wegnetz von über 60 Kilometern die unterschiedlichsten Facetten von Wasser: als Gestalter der Landschaft, als Lebensraum oder Naturgefahr aber auch als Lebenselixier und wirtschaftliche Ressource. Der Wanderer kann an einem beliebigen Ort in das Thema Wasser eintauchen: beim Gletscher oder Hochmoor, beim Staudamm oder Kraftwerk, beim Biotop oder einer Aue, bei einer Schwemmebene oder Schlucht, beim Quellwasser oder der Kläranlage.

„Wanderkarte - Wasserweg Göschenen“: 1:25'000, 89 Wasserpunkte und Naturschönheiten auf der Rückseite kurz beschrieben.

„Rund ums Wasser – Thematischer Wanderführer Wasserweg Göschenen“: Hintergrund-Informationen zum Thema Wasser abgestimmt auf die Wanderkarte.

„Wasserschule – Lehrmittel für den Unterricht unter freiem Himmel“: Für Lehrpersonen. Praktische Anleitungen für Unterrichtseinheiten oder Unternehmungen zum Thema Wasser: Sinneswahrnehmung, Beobachtungsaufträge, Experimente, Spiele und Bastelaufgaben sowie relevante Adressen über Unterkünfte, Besichtigungen, etc..

Natur- und kulturkundliche Exkursionen und Führungen: Vom Saumpfad zur Autobahn, Bergkristall – Sandbalmhöhle, Vom Oberflächenkarst in die Höhle, Revitalisierung von Urner Fließgewässern, Wild- und Pflanzenbeobachtungen, Lebensraum Bach, Auf Tells Spuren (Auswahl).

Mediothek und Arbeitsmaterialien: Zur Unterstützung von Schulprojekten und für das touristische Zielpublikum wurde im Jahre 2004 eine Mediothek zum Thema Wasser auf virtueller Basis aufgebaut. Zusätzlich werden Lehrerinnen und Lehrer zwei Koffer mit Arbeitsmaterialien ergänzend zum Lehrmittel zur Verfügung gestellt.

Kunst und Wasser: Jährliche Ausstellungen und Erlebnistage mit Künstlern

Die Angebote richten sich an Schulklassen, an interessierte Touristen, an Familien, an Fachleute und an die einheimische Bevölkerung. Ein zentraler Teil des Projektes ist der Einbezug von Schulen und Schulklassen aus der ganzen Schweiz.

Flankierende Projektmassnahmen sind jährlich stattfindende Publikumsanlässe, Öffentlichkeits- und Medienarbeit, Marketing, Kooperationen mit dem Kanton Uri, den Korporationen, Tourismusorganisationen, Gewerbe, Kunst und Fachleuten sowie Erfahrungs- und Know-how-Austausch im Netzwerk Wasser (Göschener Tal, Albulatal, Entlebuch, Muggiotal).

3. Ökologische Effekte

öV-Rufbussystem

Das von der Modellregion Göschenen lancierte öV-Rufbussystem und Wasserwelten Göschenen können beide gleichermassen voneinander profitieren: mehr Belegung und Attraktivitätssteigerung des Angebotes. Dank der Einführung des Rufbussystems gelangen mehr als 30 % der jährlich ca. 20'000 Touristen mit öffentlichen Verkehrsmitteln ins Tal; die Belegung der Postautokurse ist signifikant gestiegen. Im Jahre 2001 wurden Parkgebühren beim Restaurant Dammagletscher (Stausee) eingeführt, mit dem Ziel, einen weiteren Umsteigeeffekt auf die öffentlichen Verkehrsmitteln zu bewirken.

Bauernladen und Informationszentrum

Das Informationszentrum zu Natur und Kultur im Bauernladen wird betreut durch die Ladenangestellte. Im Bauernladen werden neben einheimischem Kunsthandwerk auch Bio- und Regionalprodukte angeboten. Mit den Informationsmitteln, wie Wanderführer „Rund ums Wasser“, „Wanderfitzig“ und Broschüren zu Moor, Geologie, usw. wird eine Sensibilisierung der Touristen angestrebt.

Natur- und Kulturlandschaft

Das im Rahmen der Modellregion Göschenen erarbeitete Positionspapier ‚Göschenertal 2000+‘ dient als Leitbild für die weitere Entwicklung. Das touristische Landschaftsnutzungs-Konzept ¹ wurde durch den Gemeinderat diskutiert und die hohe Qualität der Arbeit gelobt. Ziel war und ist die Erhaltung der naturnahen Kulturlandschaft durch eine angepasste Nutzung.

Sensibilisierung

Mit der Öffentlichkeitsarbeit sollen Touristen, Einheimische und eine grössere Öffentlichkeit für die Belange des Wasser- und Landschaftsschutzes sensibilisiert werden. Jährlich stattfindende Kunst-Events und kulturelle Angebote unterstützen diese Bestrebungen.

4. Ökonomische Effekte

Allgemeine Aussagen

Vom Projekt Wasserwelten Göschenen profitieren Region und Umwelt gleichermaßen. Mit naturnahen Tourismusangeboten, wie Wasserwelten Göschenen, wird eine In-Wert-Setzung des vorhandenen naturräumlichen Potenzials angestrebt und damit eine erhöhte Wertschöpfung. Gleichzeitig soll das Verständnis für die Alpen als ‚Wasserschloss Europas‘ und für Wasser als schützenswertes Gut erhöht werden. Grosses Gewicht wurde auf eine nachhaltige Wirkung der Massnahmen gelegt, die Projekte sollen über ihre Pilotphase hinaus ökonomische Effekte nach sich ziehen. Eine Diplomarbeit der Höheren Fachschule für Tourismus an der HSW Luzern ² kommt zum Schluss, dass die Modellregion Göschenen die touristische Nachfrage gesteigert habe.

Produktepalette Wasserwelten Göschenen

Ziel war und ist es, qualitativ hochstehende Angebote mit innovativen Produkten zu generieren. Das Projekt-Konzept ist bei Geldgebern, Partnern, öffentlicher Hand, in der Region und in den Medien auf grosse Zustimmung und Akzeptanz gestossen. Zudem kann auf innovative Angebote der Modellregion Göschenen, wie z.B. das nachfrageorientierte öV-Angebot als Rufbussystem, der Bauernladen auf der Göschener Alp oder die verstärkte Kooperation unter den fünf SAC-Hütten im Tal zurückgegriffen werden.

Wasserschule als Beispiel

Die Wasserschule ist, ebenso wie z.B. der Wasserweg und die Führungen, ein Element des Umweltbildungs-Angebotes im Göschener Tal. Herzstücke sind die didaktische Mappe, Arbeitsmaterialien und die virtuelle Mediothek. Im Rahmen

¹ Dober, Silvana / Eicher, Marianne (1999): Tourismusorientiertes Landschaftskonzept Göschenertal. Diplomarbeit an der Hochschule Rapperswil, Abteilung Landschaftsarchitektur. Rapperswil.

² Touristische und wirtschaftliche Nutzungsmöglichkeiten in der Modellregion Göschenen, Diplomarbeit, Oktober 2000, Roger Camenzind

des Teilprojektes Wasserschule führen Schulklassen, Jugendgruppen, -vereine und andere Gruppen im Göschener Tal Ausflüge, Exkursionen, Klassenlager und Projektwochen zum Thema Wasser durch. Die Wasserschule bekannt zu machen und zu etablieren ist als langfristiger Prozess zu sehen.

Arbeitsplätze

„Wasserwelten Göschenen“ und die Modellregion Göschenen haben mehrere Teilzeitarbeitsplätze geschaffen und zusätzliche gesichert. Dies vor allem im Dienstleistungssektor: Geschäftsleiter der Projekte (30 %-Stelle), Projektleitungen (total 50 %-Stelle), Bauernladen (Arbeitsstelle in der Sommersaison), OeV-Rufbussystem (100 % mehr Fahrten im 2003 als 2002), AlpenTaxi (Mehraufträge für Bauern auf der Göschener Alp), Post (Mehraufträge), Bankfiliale (Mehrumsatz), Hotellerie, Berggasthäuser, und SAC-Hütten (Erhöhung der Übernachtungszahlen), Exkursionsleiter, „Kunst und Wasser“. Das Projekt hat in einem Kanton, der besonders stark unter dem Rückzug der öffentlichen Hand leidet, einen erfreulichen Gegenpunkt setzen können. Insbesondere im Urner Oberland, wo die Abwanderung besonders ausgeprägt ist, wurden in Proportion zum wirtschaftlichen Aufkommen mit diesen Projekten relevante Effekte erzielt.

Aufträge und Einkommen

Das im Kanton Uri ansässige Gewerbe, die Dienstleistungsanbieter und die Landwirtschaft konnten über direkte und indirekte Aufträge profitieren. Mehr als eine halbe Million von den Projekten ausgelöste Franken flossen in die Region (Aufträge, Löhne etc.). Die SAC-Hütten konnten ihre Übernachtungszahlen überdurchschnittlich steigern. Der Absatz der Produkte wie Wasserschule, Wanderführer und Wanderkarte ist erfreulich angelaufen: Von Mitte 2003 bis und mit 2004 wurden 1200 Karten, 500 Wanderführer und 300 Lehrmittel ausgeliefert.

Direktvermarktung

Die Direktvermarktung von einheimischen landwirtschaftlichen Produkten in der Region hat vor allem dank dem Bauernladen zugenommen. Die Einnahmen der Lieferanten (vor allem Ziegenkäse, Joghurt, Milch, Konfitüren, Trockenwürste) belaufen sich auf über 30'000.- pro Jahr.

5. Soziokulturelle Effekte

Kunst und Wasser

Unabhängig voneinander sind in verschiedenen Regionen der Schweizer Alpen Projekte rund um den Themenkreis Wasser initiiert worden. Im Zusammenhang mit Kultur, Kunst und Gesundheit gewinnt das Thema an Aktualität, denn gerade die soziokulturelle Ebene vermittelt einen neuen, andersartigen Zugang in diesen Themenbereich und trägt sehr viel zum Verständnis und zur Sensibilisierung bei. Kunst und Wasser, als Teilprojekt von Wasserwelten, will einen alternativen, sinnlich orientierten Zugang zum Element Wasser ermöglichen. Das Projekt gibt Raum für eine vertiefte Diskussion zwischen Kunstschaaffenden, Wirtschaft, Politik, Einheimischen und Touristen über den Gebrauch und Verbrauch

von Wasser in unserer Gesellschaft, über Wasser als soziokulturelles Element und über Wasser als Lebenselement.

Bauernladen

Im Bauernladen mit angegliedertem Informationszentrum findet ein befruchtender Austausch zwischen Einheimischen und Touristen statt, ebenso wie in den Gaststätten und SAC-Hütten, wo ebenfalls Informationen aufliegen.

Öffentlichkeitsarbeit

Aufgrund des Pilotcharakters, der die Modellregion Göschenen bei deren Lancierung im Jahre 1998 auszeichnete, konnten die Projektträger bis heute ein überdurchschnittliches Medienecho verzeichnen. Ziel der Medienarbeit und des gesamten Marketings soll eine möglichst dauerhafte Wirkung sein. Höhepunkt im 2002 war der Fernsehauftritt des Projektes Wasserwelten Göschenen vom 4. September. Jährlich werden eine Pressekonferenz und ein Publikumstag mit „Kunst und Wasser-Events“ und der Präsentation der jeweils neuen Projektergebnisse durchgeführt.

Corporate Identity

Von allem Anfang an wurde grosses Gewicht auf ein einheitliches Erscheinungsbild aller Informations- und Kommunikationsmittel gelegt. Logo und Layouts sollen ausserdem die Identifizierung der Bevölkerung mit den Projekten in bestmöglicher Masse unterstützen.

Akzeptanz und Ausstrahlung

Die Region Göschenen kann sich mit diesen Projekten als zukunftsgerichtetes Gemeinwesen positionieren und vermarkten. Das Projekt Wasserwelten Göschenen und das geplante Fluvarium haben Ausstrahlung auf den gesamten Kanton Uri und darüber hinaus. Die ökotouristische Nutzung und die In-Wertschätzung von Natur und Kultur trägt zur Wertschätzung der alpinen Bevölkerung für ihren Lebensraum bei. Gleichzeitig werden städtischen Besuchern nachhaltige Lebens- und Wirtschaftsweisen näher gebracht.

Impulse und Anstösse

Modellregion Göschenen und Wasserwelten Göschenen ermöglichen Diskussionen über die Zukunft in der Region, was z.B. in die Realisierung eines wegweisenden bedarfsorientierten öV-Konzeptes oder in die Umsetzung von Wasserwelten Göschenen gemündet hat.

6. Wert/Nutzen in Bezug auf die Förderung der nachhaltigen Entwicklung

Kriterien

Für die Projekt-Prozesse wurden und werden folgende Leitsätze verwendet:

- Die Teilhabe („Partizipation“) der Bevölkerung im politischen Entscheidungsprozess
- Eine stabil wachsende Wirtschaft
- Ein anpassungsfähiges gesellschaftliches System
- Die Rücksichtnahme auf die ökologischen Bedingungen
- Die Entwicklung innovativer Projekte
- Ein flexibles und fähiges administratives System

Im Handlungsfeld Tourismus, das eine hohe Relevanz hat, werden folgende Kriterien verwendet:

- **Wirtschaft:** wirtschaftlicher Wohlstand für die Gastgeber, optimale Auslastung der touristischen Infrastruktur, hoher Anteil der regionalen Wertschöpfung, Direktvermarktung, vielfältiger Arbeitsmarkt, Erhaltung bzw. Schaffung von Arbeitsplätzen, Förderung innovativer Projekte, Kooperationen zwischen den Branchen.
- **Umwelt:** Bewahrung der natürlichen Ressourcen, Minimierung der touristisch induzierten Emissionen, Beachtung der Assimilationsfähigkeit der Ökosysteme, Erhaltung der landschaftlichen Vielfalt, Aufwertung von Natur und Kultur, Förderung des öV, Förderung von Umweltbewusstsein.
- **Gesellschaft:** Dialog zwischen den Reisenden und Bereisten, Aufwertung des Lebensraumes, Partizipationsmöglichkeiten der Einheimischen in der Tourismuspolitik, gerechte Verteilung des Nutzens, Bedürfnisbefriedigung der Einheimischen sowie der Gäste, Erhaltung kultureller Eigenständigkeit, Bewusstseinswandel und Sensibilisierung bei den Reisenden hin zu verantwortungsbewusstem Handeln.

Landschaft und Infrastruktur als Ressource

Die grösstenteils noch ursprünglichen Natur- und Kulturlandschaften im Gösche-ner Tal bieten beste naturräumliche Voraussetzungen. Die touristische Infra-struktur in der Region Göschenen ist ausreichend und wird durch die Projekte unterstützt. Auf diesen bestehenden Ressourcen wurden die Projekte aufgebaut.

Ideeller Wert und Nutzen

Durch das Projekt „Modellregion Göschenen – Eine Zukunft für Mensch und Berg“, ein von seiner Anlage her klassisches „Agenda 21 – Projekt“ – eines der ersten im Berggebiet –, sind erst viele Potenziale und Defizite sichtbar geworden. Die umgesetzten Ideen und Projekte, wie auch Wasserwelten Göschenen, haben vorwiegend das stärkste Potenzial der Region gestärkt: einen regionsangepassten, naturnahen Tourismus in einer unverfälschten Bergregion.

Materieller Wert und Nutzen

Natur und Kultur sind Themen, die im Tourismus und in der Umweltbildung, an Bedeutung zulegen. Das Bedürfnis nach naturnahen Erlebnissen und aktiver Erholung wächst stetig. Die Vernetzung von Umweltbildung und Tourismus leistet einen wichtigen Beitrag für eine nachhaltige Entwicklung im Alpenraum. Das Projekt Wasserwelten Göschenen trägt als neuartiges, sanftes touristisches Element zu einer zukunftsgerichteten Regionalentwicklung in der Region bei. Im Gegensatz zu den kurzlebigen Trends im heutigen Tourismus vermittelt das Projekt dem Gast den Bezug zu Region und Landschaft, schafft Beziehungen zwischen Besuchern und Einheimischen, fördert einen Tourismus, der nachhaltig, und organisiert Veranstaltungen, die dauerhaft wirken.

Modellcharakter

Die beiden Projekte Modellregion Göschenen und Wasserwelten Göschenen haben in verschiedener Hinsicht Modellcharakter:

- Gesamtheitlich: Die bearbeitete Themenbreite und Problemfelder sind bezüglich der Zielsetzung umfassend. Der Vernetzung der verschiedenen Bereiche, wie Umweltbildung mit einem regionsangepassten Tourismus und einer dauerhaften Regionalentwicklung, wird grosses Gewicht beigemessen.
- Partizipation: Das Projekt Modellregion Göschenen hat auf basisdemokratische Art und Weise die einheimische Bevölkerung mit den Projektträgern und der Projektleitung vernetzt. Aus einer dieser Arbeitsgruppen heraus ist „Wasserwelten Göschenen“ konzipiert worden.
- Kooperation: Modellcharakter hat unserer Ansicht nach die enge und fruchtbare Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen Projektträgern, relevanten Akteuren und Mitgliedern der Projektleitung.
- Vernetzung: Dank dem Netzwerk Wasser der vier Partnerregionen Muggiotal, Albulatal, Entlebuch und der Region Göschenen ist ein Know-how-Transfer und ein Erfahrungs- und Informationsaustausch möglich. Die Initiative zu diesem Netzwerk ging nicht zuletzt von der Projektleitung von Wasserwelten Göschenen aus. In der Zwischenzeit ist Wasserwelten Göschenen Mitglied des Kompetenznetzwerk Wasser.
- Transparenz nach innen und aussen: Von Anfang an bemühte sich die Projektleitung um möglichst grosse und umfassende Offenheit gegenüber allen Partnern und der Öffentlichkeit.
- Modellhafte Umsetzungsprojekte: Modellcharakter haben unserer Ansicht nach z.T. auch die Teilprojekte und insbesondere Wasserwelten Göschenen und die Mediothek. Konkrete Initiativen anstelle von Papierproduktion lautet das Motto.

Übertragbarkeit

Viele Projekte, die umgesetzt wurden, lassen sich auf andere Regionen der Schweizer Alpen übertragen. Sie sind Modell für Nachahmungsprojekte in weiteren Regionen, welche von den Erfahrungen – auch schwierigen - profitieren können. Die vielen Referate und das grosse Interesse von anderen Regionen und des Bundes bestärken uns in dieser Annahme. Aus dem realisierten öV-Rufbussystem heraus ist das gesamtschweizerische Projekt „Alpentäler-Bus“ geboren worden,

das sich die bessere Erschliessung von touristisch interessanten Randregionen mit öffentlichem Verkehr auf die Fahne geschrieben hat.

Tragfähige, dauerhafte Strukturen

Die initiierten Projekte werden vom Verein Modellregion Göschenen seit Ablauf der Pilotphase (1998 – 2000) eigenständig weitergeführt. Auch Wasserwelten Göschenen ist ab 2005 selbsttragend.

UNO-Jahr der Berge 2002 und des Wassers 2003

Das Projekt leistete einen wichtigen Beitrag der Schweiz zum Internationalen Jahr des Wassers 2003 und war im Rahmen des Netzwerk Wassers auch offizielles Partnerprojekt des Bundes – ebenso wie 2002 im Rahmen des UNO-Jahres der Berge. Die Projekte beinhalten konkrete, beispielhafte Umsetzungen im Sinne der Alpenkonvention.

7. Innovationsgehalt

Leitfragen

Im Marketing-Konzept von „Wasserwelten Göschenen“ wurden u.a. folgende Fragen aufgeworfen und einer vertieften Analyse unterzogen:

- Will sich Wasserwelten Göschenen mit einem innovativen, neuartigen Angebot von Konkurrenzprodukten abheben oder sich diesen anpassen?
- Welche zusätzlichen Massnahmen (z.B. Kunst und Wasser, Kooperationen, Informationszentrum, Erlebnisangebote) können die Attraktivität und den Neuheitswert von Wasserwelten Göschenen steigern?
- Will Wasserwelten Göschenen einen neuen Markt schaffen oder einen bestehenden Markt erschliessen, ausweiten oder durchdringen?
- Soll das Angebot nur national oder auch über die Grenzen hinaus vermarktet werden?

Ein regionsangepasster, naturnaher Tourismus

Modellregion und Wasserwelten Göschenen sind beste Beispiele von nachhaltig wirkenden touristischen Angeboten, welche zudem sozial- und umweltverträglich ausgestaltet sind. Die In-Wert-Setzung von Landschaft und Wasser ist ein Nischenprodukt, welches eine Chance für wirtschaftlich bedrängte Randregionen birgt. Gerade für eine Region wie Göschenen bietet sich mit einem solchen Projekt Chancen, jenseits der Megatrends im Tourismus auf das Spezielle zu setzen und damit einen nachhaltigen Effekt zu erzielen. Mit diesen Projekten konnte ein neuartiges touristisches Angebot für Göschenen und den Kanton Uri realisiert werden.

Spezifisches Destinationsmarketing

Der relativ bescheidene Tourismus im Kanton Uri (0.8 % des CH-Tourismus) besteht vor allem aus Tagesausflüglern. Es gibt aber auch Touristen, welche bis zu vier Wochen im gleichen Ort im Kanton Uri verbleiben. Letzteres Zielpublikum wurde mit den Projekten und dem Marketing angesteuert. Eine Neuorientierung im Tourismus wurde umgesetzt, hin zur Forcierung von Erlebnis, Bildung, Regionalprodukten und Kommunikation zwischen Anbietern und Gästen. Das durch die Projektleitung ausgearbeitete Marketingkonzept umfasst neben einer kurzen Markt- und Umfeldanalyse, Zielgruppenbestimmung, Möglichkeiten von Kooperationen, Vernetzungen und Synergien sowie schweremwichtig konkrete Massnahmen.

Beispielhafte Umsetzungsprojekte

Wie schon in den vorherigen Kapiteln dargelegt, konnten eine Reihe von innovativen und zu ihrer Zeit relativ neuartigen Projekte kreiert werden. Um uns nicht zu wiederholen, listen wir hier lediglich stichwortartig die wichtigsten nochmals auf:

Modellregion Göschenen: Verdreifachung des ÖV-Angebotes mit dem bedarfsge- steuerten Rufbussystem und damit verbunden eine mehr als 100 % -Steigerung der Nachfrage, Natur/Kultur-Information und Sensibilisierung, die Verlinkung zwischen Landwirtschaft und Tourismus im einkommens- und arbeitsplatzwirk- samen Bauernladen, Kooperation und neue Initiativen im Bereich der SAC- Hütten, Landschaftskonzepte und Leitbilder.

Auf die Errungenschaften von „Wasserwelten Göschenen“ sowie dem geplanten „Fluvarium – Kompetenzzentrum Wasser“ wurde bereits eingegangen.

Kunst und Wasser

„Kunst und Wasser“ ist ein eigenständiges Teilprojekt, gleichzeitig aber auch ein wichtiges Marketinginstrument, mit den jährlich stattfindenden Events. Wie oben schon ausgeführt, sollen die Aktivitäten im Bereich „Kunst und Wasser“ die Besu- cher und Einheimische auf eine alternative Art und Weise ansprechen und sensi- bilisieren. Mit den jährlichen Ausschreibungen konnten der Urner- und Zentral- schweizer Kunstszene wichtige Impulse verliehen werden.

Kooperationen – Partizipation - Vernetzung

Durch die Breite der Themenbereiche waren Tourismus-, Dienstleistungs-, und Gewerbebetriebe sowie Handwerk von Anfang an eng miteinander verschränkt. Die konkrete Arbeit in den Arbeitsgruppen der Teilprojekte der Modellregion Gö- schenen führte Privatbetriebe aus der Region mit Betrieben der öffentlichen Hand, wie Kanton und Bund sowie Postauto Zentralschweiz, Landwirtschaftsor- ganisationen, lokalen und regionalen Tourismusorganisationen, Bildungsinstituti- onen, Universitäten, aber auch mit Umweltkreisen zusammen. Hervorzuheben ist die breit angelegte Trägerschaft der Modellregion Göschenen: Gemeinde Gösche- nen, Korporation Uri, Kraftwerke Göschenen Mountain Wilderness Schweiz, Schweizer Alpen-Club. Die Projekte sind zu einer Plattform geworden, die Zugang zu neuen Begegnungen und neuen wirtschaftlichen Möglichkeiten eröffnet.

Die Projekte haben die Kooperation unter den SAC-Hüttenwarten in der Region gefördert, indem eine gemeinsame Preispolitik und ein Treuepreis-System (Kris- tall als Geschenk für regelmässige Hüttenbesucher) eingeführt wurden. Beides

sind Anreize, die den Hütten-Tourismus im Tal stärken und längere Aufenthalte im Alpentourismus fördern.

Bei allen Teilprojekten wird grosses Gewicht auf den Einbezug aller relevanten Akteure gelegt. Es wird versucht einen „Bottom-up-Ansatz“ in die Tat umzusetzen und Partizipation – wo immer möglich – zu fördern. Deshalb wird neben der Informations- und Medienarbeit auf der überregionalen und nationalen Ebene, auch die Information und Kommunikation in der Region und im Kanton Uri gepflegt.

Mit dem Netzwerk Wasser und den Beteiligungen an den UNO-Jahren der Berge und des Wassers konnten ausserdem wichtige Austauschmöglichkeiten über den Kanton Uri hinaus kreiert werden.

Folgeprojekt „Natur und Kultur Uri“

Aus dem Projekt Wasserwelten Göschenen heraus entstanden (gleiche Projektleitung und Trägerschaft) ist auch „Natur und Kultur Uri“, das wie „Wasserwelten Göschenen“ die In-Wert-Setzung der Natur- und Kulturschätze des Kantons Uri zum Ziel hat. Übergeordnetes Projektziel ist es, das – auch wirtschaftliche – Wertschöpfungspotenzial von Naturlandschaften und Kultur(landschaften) im gesamten Kanton Uri aufzuzeigen und deren monetäre In-Wert-Setzung über die touristische Vermarktung umzusetzen. Die Kulturlandschaften sollen langfristig erhalten und Impulse für landschaftliche Aufwertungsmassnahmen vermittelt werden. In den Jahren 2005 und 2006 wird dieses Projekt in der Pilotregion Urserental realisiert.

8. Preise / Förderung / Referenzen

Unterstützung

- Die Aufbauarbeit für die Modellregion Göschenen wurde von regio plus, einem Förderprogramm des Bundes für den Strukturwandel im ländlichen Raum unterstützt, vgl. auch www.regioplus.ch.
- Die Aufbauarbeit für die Wasserwelten Göschenen wurde durch die grosszügige Unterstützung der Stiftung Landschaftsschutz Schweiz (Gemeinnütziger Fonds des Kantons Zürich) ermöglicht.
- Beide Projekte wurden zusätzlich durch verschiedenste Stiftungen und private Sponsoren gefördert.
- Partnerprojekt im Rahmen des Netzwerkes Wasser der Internationalen Jahre der Berge 2002 und des Wassers 2003.

Preise

- Modellregion Göschenen: Urner Umweltpreis 2000
- Modellregion Göschenen: SAB-Preis 2000 (Schweizerische Arbeitsgemeinschaft für die Berggebiete)
- Wasserwelten Göschenen: Prix Evenir 2005 (www.prixevenir.ch)

Auszeichnungen

- Die Regierungskonferenz der Gebirgskantone RKGK hat 2004 das Kompetenznetzwerk Wasser aufgebaut und im November gestartet. „Wasserwelten Göschenen / Fluvarium“ wurde dem Programm "Wasser und Tourismus" zugeordnet und gilt als eines der Modellprojekte.
- Wasserwelten Göschenen ist von Schweiz Tourismus unter "Schweiz Pur - erlebbare Angebote in ganz natürlichen Landschaften" ausgezeichnet und prämiert worden. Schweiz Tourismus bindet dadurch das Angebot von Wasserwelten Göschenen in seine Werbeanstrengungen ein. Unter „Schweiz Pur“ sind unter anderem auch der Nationalpark im Engadin, das UNESCO-Weltnaturerbe Aletsch und das Biosphärenreservat Entlebuch ausgezeichnet worden.
- Wasserwelten Göschenen ist stets bestrebt, die Qualität der Angebote zu verbessern und hat 2005 das Qualitätsgütesiegel "Q" von Schweiz Tourismus erworben.
- Jack Trutmann von der Urner Kultur- und Bildungsdirektion bewertete das Lehrmittel „Wasserschule“ für die Stiftung Umweltbildung Schweiz (SUB). Bei allen beurteilten Bereichen betreffend Qualität des Inhalts, Gestaltung, Verständlichkeit, Methodik und Umsetzung erhielt das Lehrmittel Bestnoten.

Referenzen

- regio plus, Hans Allemann
- Stiftung Landschaftsschutz Schweiz, Christine Neff
- Postauto Zentralschweiz
- Kanton Uri, Isidor Baumann, Regierungsrat
- Gemeindepräsident Göschenen, Eugen Rothenfluh
- Schweizer Alpen-Club SAC, Jürg Meyer
- weitere auf Anfrage.

9. Projektleitung

Geschäftsführer Bruno Zwysig Geschäftsleiter Wasserwelten Göschenen und Modellregion Göschenen Abfrutt 6487 Göschenen Tel./Fax 041 885 18 34 b.zwysig@bluewin.ch	Co-Projektleiter Ruedi Bomatter Tellweb GmbH PR und Kommunikation Lehnplatz 5 6460 Altdorf Tel. 041 872 06 66 Info@tellweb.ch	Co-Projektleiter Reto Solèr solèr + bernhard Marketing, Fundraising, Fachbegleitung Hohlstrasse 489 8048 Zürich Tel. 044 431 27 30 reto.soler@greenmail.ch
--	--	--

