

Projekt «Üses Muotital»

Regio Plus-Eingabe



© pm / 2003

Regionalverband Rigi - Mythen
Josef Wyer (Präsident)
Siegwardsstr. 9
6403 Küssnacht

7. Oktober 2004

Impressum:**VerfasserInnen:**

Edith Bollhalder, Stefan Forster, Peter Marty

Kontakt:

Peter Marty

Florastr. 14

8800 Thalwil

Fon 044 720 08 84

peter.marty@monsregio.net

© 2004

Titelbild:

Der Wasserberg im Muotatal vom Obern Saum aus – © Peter Marty 2003

Inhalt

1. Einleitung	3
1.1. Ausgangslage	3
1.2. Stärken / Schwächenprofil	4
1.3. Vorgehen	5
2. Projektbeschreibung	6
2.1. Ausgangslage und Gründe für das Projekt «Üses Muotital»	6
2.2. Projektziele	6
2.2.1. Umsetzungsziele	6
2.2.2. Wirkungsziele	6
2.3. Projektinhalt	7
2.4. Organisation	9
2.4.1. Trägerschaft	9
2.4.2. Steuerungsausschuss	10
2.4.3. Gesamtprojektleitung und Projektmanagement	11
2.4.4. Kompetenzressort Finanzen	12
2.4.5. Controlling	12
2.4.6. Teilprojektteams	13
2.4.7. Beteiligung von externen Partnern	13
2.5. Aufgaben und Zeitplanung «Üses Muotital»	13
2.5.1. Detailliertes Aufgaben- und Zeitprogramm für das erste Jahr	13
2.5.2. Meilensteine für die weiteren Jahre	14
2.6. Stand der Arbeiten	20
2.7. Marketing / Öffentlichkeitsarbeit	20
2.7.1. Informations-, Kommunikations- und Marketingkonzept	20
2.7.2. Kooperation mit Swiss Knife Valley	20
2.8. Kosten	20
2.8.1. Anrechenbare Kosten	20
2.8.2. Nicht anrechenbare Kosten	20
2.9. Finanzierung	22
2.9.1. Finanzierung der anrechenbaren Kosten	22
2.9.2. Finanzierung der nicht anrechenbaren Kosten	22
2.9.3. Warum ist Finanzhilfe erforderlich?	22
2.10. Beurteilung der Erfolgchancen	23

2.10.1. Erfolgskontrolle	23
2.11. Weiterbestand nach Auslaufen der Bundesfinanzierung	23
3. Auswirkungen des Projekts	24
3.1. Räumlicher Wirkungsbereich	24
3.2. Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt	24
3.3. Auswirkungen auf die regionale Wirtschaftsstruktur	24
3.4. Auswirkungen auf die Umweltqualität	25
4. Modellcharakter des Projekts	26
4.1. Innovative Elemente	26
4.2. Neuartigkeit (im regionalen, überregionalen oder nationalen Bezugsrahmen)	26
4.3. Übertragbarkeit	26
5. Darstellung der Projektbausteine	28
5.1. Projektbaustein «Kompetenzzentrum»	28
5.1.1. Arbeits- und Zeitplan	32
5.2. Projektbaustein «Landschafts- & Naturwerte erleben»	34
5.2.1. Arbeits- und Zeitplan	37
5.3. Projektbaustein «Landwirtschaft stärken»	38
5.3.1. Arbeits- und Zeitplan	40
5.4. Projektbaustein «Kultur & Besinnung»	41
5.4.1. Arbeits- und Zeitplan	44
5.5. Projektbaustein «Bewusstsein & Bildung»	45
5.5.1. Arbeits- und Zeitplan	48
6. Verzeichnisse	49
6.1. Abkürzungsverzeichnis	49
6.2. Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	49
6.3. Links	49
7. Anhang	51
A1.1 Zahlen zum Muotital	51
A1.2 Mitglieder Begleitgruppe – Projektentwicklung Juni – November 2003	53
A2.1 Statuten des Trägervereins für das Regio Plus-Projekt «Üses Muotital»	54
A2.2 Sponsoringkonzept (Edwin Rudolf)	59

1. Einleitung

1.1. Ausgangslage

«Üses Muotital» ist ein Entwicklungsprojekt der Region Muotatal im Kanton Schwyz. Das Muotatal erstreckt sich von Schwyz aus Richtung Osten. Das vom Dorf Muotathal in südöstlicher Richtung abzweigende Bisistal und das in nordöstlicher Richtung abzweigende Tal der Starzlen (Richtung Pragelpass) sind Teil des Muotatals. Zum Muotatal gehören die Gemeinden Muotathal und Illgau sowie Teile der Gemeinde Morschach (Stoos). Die Gesamtfläche des Muotatals beträgt rund 200 km². Die Gemeinde Illgau liegt auf einer Sonnenterrasse rund 200 m über dem Talboden. Mit 172 km² ist die Gemeinde Muotathal flächenmässig die achtgrösste Gemeinde der Schweiz und die grösste Gemeinde des Kantons Schwyz. Der Grossteil der Gemeindefläche besteht aus Alpen, Gebirgswald (15.6 %) und Felsen, das Kulturland macht nur rund 7.6 % aus.

Das Muotatal ist reich an landschaftlichen, natürlichen und kulturellen Werten. Ein Naturdenkmal besonderen Ranges ist die grösste Karstlandschaft der Schweiz, die Silberer-Charetalp-Grattalp. Darunter befindet sich das einmalige Hölloch, die viertlängste Höhle der Welt. Der weitgehend unberührte Bödmerenwald ist der grösste subalpine Fichtenwald mit Urwaldcharakter Europas.

Volksmusik und Brauchtum werden im Muotatal noch stark gelebt. Kulturelle Denkmäler stellen das franziskanische Frauenkloster Muotathal (seit 1288), die Kirchen und die alten Bauernhäuser mit den Lauben und Klebdächern dar.

Die Gemeinden des Muotatals zählen 2002 zusammen 5'224 EinwohnerInnen. Die bevölkerungsmässig grösste Gemeinde ist Muotathal (3'578 BewohnerInnen), gefolgt von Morschach (883) und Illgau (763). Bei der Wohnbevölkerung kann in allen drei Gemeinden in den letzten 20 Jahren eine Zunahme verzeichnet werden. Sie beträgt gesamthaft 37.2 %.

In der Region arbeiten 26 % der Erwerbstätigen im ersten, 29 % im zweiten und 45 % im dritten Sektor. Die Landwirtschaftsbetriebe sind zu 64 % Haupterwerbsbetriebe. Die Nebenerwerbsbetriebe haben in den letzten Jahren - durch den Strukturwandel bedingt - zugenommen. Auch der im Muotatal wichtige Bausektor hat längerfristig wahrscheinlich einen schwierigen Stand. Im Jahr 2002 hatte die Region gesamthaft 410 Arbeitsstätten. In den nächsten zehn Jahre wird mit einer starken Abnahme der Arbeitsplätze gerechnet.

Der Tourismus im Muotatal konzentriert sich auf das Segment des natur- und kulturnahen Tourismus. Angebote im Winter sind Skitouren, Schneeschuhlaufen, Schlitteln, Langlauf und Skifahren im Skigebiet Stoos. Im Sommer steht das Naturerlebnis im Vordergrund mit entsprechenden Angeboten: Wandern, Klettern, Kanu fahren, Exkursionen, Husky-Trekking, Witz-Wanderweg, Seminare, Kurse, Alpchäsmärcht und mehr. Die natürlichen Attraktionen ziehen denn auch die meisten Gäste an: Das Hölloch wird jährlich von rund 7'000 Gästen besucht.

Die Gemeinde Muotathal verzeichnete 2003 rund 4'442 Übernachtungen, Illgau zirka 6'800 und Morschach 130'380¹. Während Morschach eine Zunahme der Übernachtungen seit 1990 von 36.8 % aufweisen kann, ist die Übernachtungszahl in Muotathal im gleichen Zeitraum um 46.1 % gesunken. 2003 hatte die Gemeinde Muotathal 83 verfügbare Gästebetten in Hotel- und Kurbetrieben, die Gemeinde Morschach 1'094. Im Muotatal ist der Anteil an Tagestouristen durch die Zentrumsnähe relativ hoch.

Eine Übersicht der Zahlen findet sich im Anhang A1.1.

¹ Wobei sich neben den Übernachtungsmöglichkeiten auf dem Stoss in der Gemeinde Morschach grosse Hotels auf der Geländeterrasse oberhalb des Vierwaldstättersees befinden.

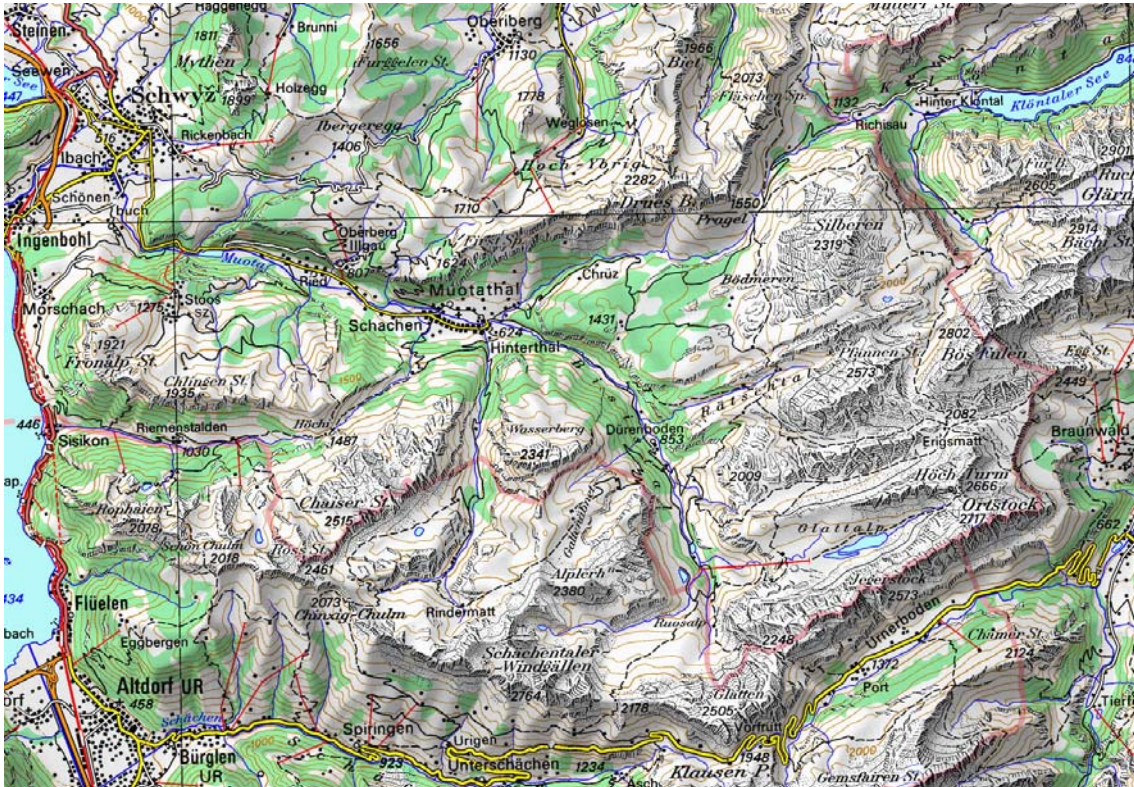


Abb. 1.1: Das Muotatal mit den Gemeinden Illgau, Morschach (Stoos) und Muotathal

1.2. Stärken / Schwächenprofil

Das Muotatal verfügt über folgende **Stärken**:

- ausgedehnte, ursprüngliche und ökologisch wertvolle Naturlandschaften
- weitgehend intakte Kulturlandschaften
- attraktives Potenzial und ein bestehendes innovatives Umfeld für einen naturnahen Tourismus
- reiche kulturelle Tradition, gelebtes Brauchtum
- Kulturgüter (Kloster, Kirche, ursprüngliche Siedlungen)
- hoher Bekanntheitsgrad in der ganzen Schweiz und teilweise im Ausland
- Nähe zu den städtischen Zentren des Mittellandes
- gute Erreichbarkeit mit dem öffentlichen Verkehr
- ausgeprägte Jahreszeiten, schneesichere Winter
- grosse Identifikation der BewohnerInnen mit der Region

Trotz dieser Ausgangslage zeichnen sich für die Zukunft verschiedene Problemereiche ab, die sich im folgenden **Schwächen**-Profil spiegeln:

- Rückgang der Arbeitsplätze in der Landwirtschaft durch zunehmenden Konkurrenzdruck und fortschreitende Liberalisierung
- Kleinstrukturierte Land- und Alpwirtschaft
- einseitig ausgerichtete Struktur des Gewerbes auf den Bausektor
- relativ wenig Arbeitsplätze, viele Auspendler
- fehlende Strukturen für eine zielgerichtete und koordinierte Zusammenarbeit der touristischen Anbieter sowie für die Vermarktung der touristischen Angebote
- wenig Übernachtungsmöglichkeiten

- mangelnde Schlechtwetter-Angebote (niederschlagsreiches Klima im Muotatal)
- Kundenservice und Gastfreundschaft wenig ausgeprägt
- konservatives, zum Teil «hinterwäldlerisches» Image des Muotatals in der Schweiz
- Skepsis der BewohnerInnen gegenüber Neuem und Fremdem
- aufgebrauchte Reserven an Bauland
- grosses Aufkommen an motorisiertem Individualverkehr

Das integrale regionale Entwicklungsprojekt «Üses Muotital» soll einen Beitrag dazu leisten, die bestehenden Stärken zu profilieren und Schwächen auszumerken.

1.3. Vorgehen

Der Anstoss für ein regionales Entwicklungsprojekt im Muotatal kam aus der Region von privater touristischer Seite. Die ursprüngliche Idee eines Besucherzentrums «Naturhus Hölloch-Bödmeren-Muotatal» für Gäste des Tals wurde auf ein umfassenderes regionales Projekt ausgedehnt. Eine Projektgruppe aus rund 20 Vertreterinnen und Vertretern verschiedener Branchen und Interessengruppen (Anhang A1.2) entwickelte in einem ganztägigen und zwei abendlichen Workshops zwischen Juni und November 2003 mit grossem Engagement Ziele und Massnahmen für die Region. Auf Basis der Ziele und Massnahmen wurden fünf Projektbausteine definiert. Die Alpenbüro Netz GmbH moderierte die Veranstaltungen und formulierte die Bausteine in Zusammenarbeit mit den Beteiligten aus für eine Eingabe bei Regio Plus.

Die Projektentwicklung wurde durch finanzielle Beiträge der Gemeinden Muotathal und Illgau, des Regionalverbands (REV) Rigi - Mythen, des Kantons Schwyz und privater Geldgeber ermöglicht.

Parallel zur Erarbeitung der Regio Plus-Eingabe wurden die Klärung der Ko-Finanzierung, der Trägerschaft, des Zeitplans und der Projektorganisation in Angriff genommen.

Nach einer allfälligen Bewilligung als Regio Plus-Projekt wird die Geschäftsstelle mit der Projektleitung etabliert, die weitere Finanzierung sicher gestellt und die Umsetzung der Projektbausteine in Angriff genommen.

2. Projektbeschrieb

2.1. Ausgangslage und Gründe für das Projekt «Üses Muotital»

Der im Kapitel 1.1. aufgezeigte Strukturwandel stellt das Muotatal vor neue Herausforderungen. Es zeichnet sich ab, dass Ergänzungen und Alternativen zu den traditionellen Betätigungsfeldern Landwirtschaft, Forstwirtschaft und Baugewerbe entwickelt werden müssen. Dies wurde im Muotatal erkannt. Durch Initiative von privater Seite haben sich im Muotatal verschiedene Interessenvertreter und lokale Akteure zusammen gefunden, um gemeinsam ein regionales Entwicklungsprojekt zu erarbeiten.

Für das regional abgestützte Projekt soll der grosse Bekanntheitsgrad genutzt werden, welcher das Muotatal durch die einmaligen Naturlandschaften, das wertkonservative Gedankengut der Bevölkerung und nicht zuletzt durch die Wetterfrösche genießt.

Von diesem Potenzial ausgehend werden als Ergänzung und Alternative zu den bestehenden Strukturen Angebote entwickelt

- im naturnahen, landschaftsbasierenden Erlebnistourismus und
- im Bereich Ursprünglichkeit und Authentizität der landwirtschaftlichen Produktion (inkl. Vermarktung).

Resultat der im zweiten Halbjahr 2003 stattgefundenen Projektentwicklung ist das Umsetzungsprojekt «Üses Muotital» mit Teilprojekten in fünf thematischen Bereichen.

Das Projekt nimmt ebenfalls die Forderung nach einer «Entwicklung von innen» auf, die der Regierungsrat des Kantons Schwyz im «Strategiekonzept Wirtschaft und Wohnen für den Kanton Schwyz» im Juli 2004 für die Bergtäler des Kantons formuliert hat².

2.2. Projektziele

2.2.1. Umsetzungsziele

Als Hauptziel will sich das Muotatal mittelfristig als eine naturnahe Erlebnisdestination positionieren. Dazu soll das landschaftliche, kulturelle und ökonomische Potenzial erfasst und nutzbar gemacht werden. Durch Inwertsetzung und Ausweitung von Bestehendem im Tourismus und in der Landwirtschaft, themenspezifischer Weiterbildungen und Schaffung von unterstützenden Rahmenbedingungen organisatorischer und infrastruktureller Art soll diese Positionierung und Profilierung möglich werden.

2.2.2. Wirkungsziele

Landschaft, Natur und Kultur als Grundlage für ein nachhaltiges Leben und Wirtschaften im Muotatal zu nutzen sichert langfristig den Lebensraum und den Wirtschaftsstandort. Das Gesamtprojekt und seine Angebote sollen möglichst breiten Kreisen in der Region wirtschaftlich und ideell zugute kommen und somit die Standortqualität erhalten und stärken. Neben den sichtbaren Resultaten soll auch der Wille gefördert werden, eine gemeinsame Zukunft zu erarbeiten. Angebote sollen über verschiedene Sektoren hinweg koordiniert werden und sich nach Möglichkeit ergänzen. Dadurch werden die vorhandenen (begrenzten) Ressourcen optimal genutzt.

Leitthemen bei der Projektentwicklung und der Umsetzung sind:

- Kooperation
- Natürlichkeit
- Ursprünglichkeit

² Regierungsrat des Kantons Schwyz: Strategiekonzept Wirtschaft und Wohnen für den Kanton Schwyz; 15. Juli 2004 (www.sz.ch)

- Echtheit
- Erlebnis
- Transparenz

Auf die Umsetzungs- und Wirkungsziele der Projektbausteine wird im Kapitel 5. eingegangen.

2.3. Projektinhalt

Der in 2.4 beschriebene Verein bildet die Trägerschaft für das Projekt. Das gesamte Projekt «Üses Muotital» umfasst fünf Projektbausteine:

Kompetenzzentrum

In diesem Baustein sind die zentralen organisatorischen und koordinativen Elemente des Gesamtprojektes geplant. Die Gesamtprojektleitung von «Üses Muotital» nimmt auch die Projektleitung des Kompetenzzentrums wahr. Auf einer gemeinsamen Plattform koordinieren alle interessierten Tourismus-Anbieter der Region und weitere in die touristische Entwicklung einbezogene Kreise (Landwirtschaft, Natur- und Landschaftsschutz etc.) ihre Aktivitäten, tauschen Informationen aus und erarbeiten ein gemeinsames Leitbild für das Muotital. Im Leitbild werden neben der touristischen Ausrichtung auch Haltungen zu allfälligen Ziel-, Interessens- und Nutzungskonflikten sowie Massnahmen zu Mobilität und Verkehr aufgeführt. Im Rahmen des Kompetenzzentrums wird definiert, wie die Aktivitäten und Resultate des Projekts in der Region und über die Region hinaus kommuniziert werden.

Für das geplante Auskunfts- und Informationszentrum «Naturhus» wird ein Betriebs- und Finanzierungs-konzept erstellt.

Landschafts- & Naturwerte erleben

Das Muotital zeichnet sich aus durch einmalige Landschafts- und Naturwerte. Ausser den traditionellen Nutzungen werden diesen Werten vor Ort oft kein weiteres Potenzial zugestanden. Eher werden gewisse Einschränkungen als Belastung erfahren. In einer Publikation, welche sich an Gäste wie an Einheimische richtet, werden Natur, Landschaft, Kultur, Ökonomie und Leben im Muotital präsentiert. Ein Service-Teil enthält wichtige Informationen für BesucherInnen des Tales. Die Publikation bietet einerseits die Basis für die Entwicklung weiterer Angebote, andererseits ermöglicht sie Interessierten das Tal in seiner ganzen Vielfalt individuell oder geleitet zu entdecken.

Neben der Publikation werden in diesem Projektbaustein konkrete Naturerlebnis-Angebote aufgebaut, beispielsweise ein «Muotitaler Erlebnistag».

Landwirtschaft stärken

Die Profilierung des Muotitals als ursprüngliche und authentische Region mit intakten Landschafts- und Naturwerten soll auch den Produkten aus dem Tal zu besseren Marktchancen verhelfen. Dazu wird eine Herkunftsbezeichnung mit Logo entworfen, die Produkte und Dienstleistungen aus dem Muotital bezeichnet. Bei der Entwicklung und Ausgestaltung einer solchen Herkunftsbezeichnung arbeiten Produzenten- und Verarbeitungsorganisationen eng zusammen. Dadurch sollen neue, auf Kundenbedürfnisse ausgerichtete Produkte entstehen und die Logistik zum Erreichen der regionalen und überregionalen Märkte verbessert werden.

Kultur & Besinnung

Der Inhalt dieses Projektbausteines besteht darin, Leuten, die Ruhe, Einkehr und Einfachheit suchen, ein mehrtägiges Angebot zu bieten, das aus Besinnung, Bewegung und Erleben von Brauchtum und Geschichte besteht. Partner sind das Frauenkloster St. Josef (Muotathal), die Bildungsstätten Antoniushaus Mattli (Morschach) und das Haus St. Karl (Illgau). Alle drei Institutionen orientieren sich an den Ideen des Heiligen Franziskus von Assisi.

Bewusstsein & Bildung

Der Projektbaustein Bewusstsein & Bildung beinhaltet die Erarbeitung eines Weiterbildungskonzeptes und die Durchführung von Modulen zum Aufbau, zum Ausbau und der Vermarktung touristischer Angebote und zu Projektmanagement. Die Weiterbildung richtet sich in erster Linie an BewohnerInnen des Muotatals, welche im touristischen Bereich tätig sind oder durch den Aufbau eines neuen Angebotes im Tourismus tätig sein werden. Die durch die Weiterbildungsmodule vermittelten Kompetenzen dienen der Qualitätssicherung der touristischen Angebote und ermöglichen den Akteuren vor Ort ihr Angebote zu erweitern.

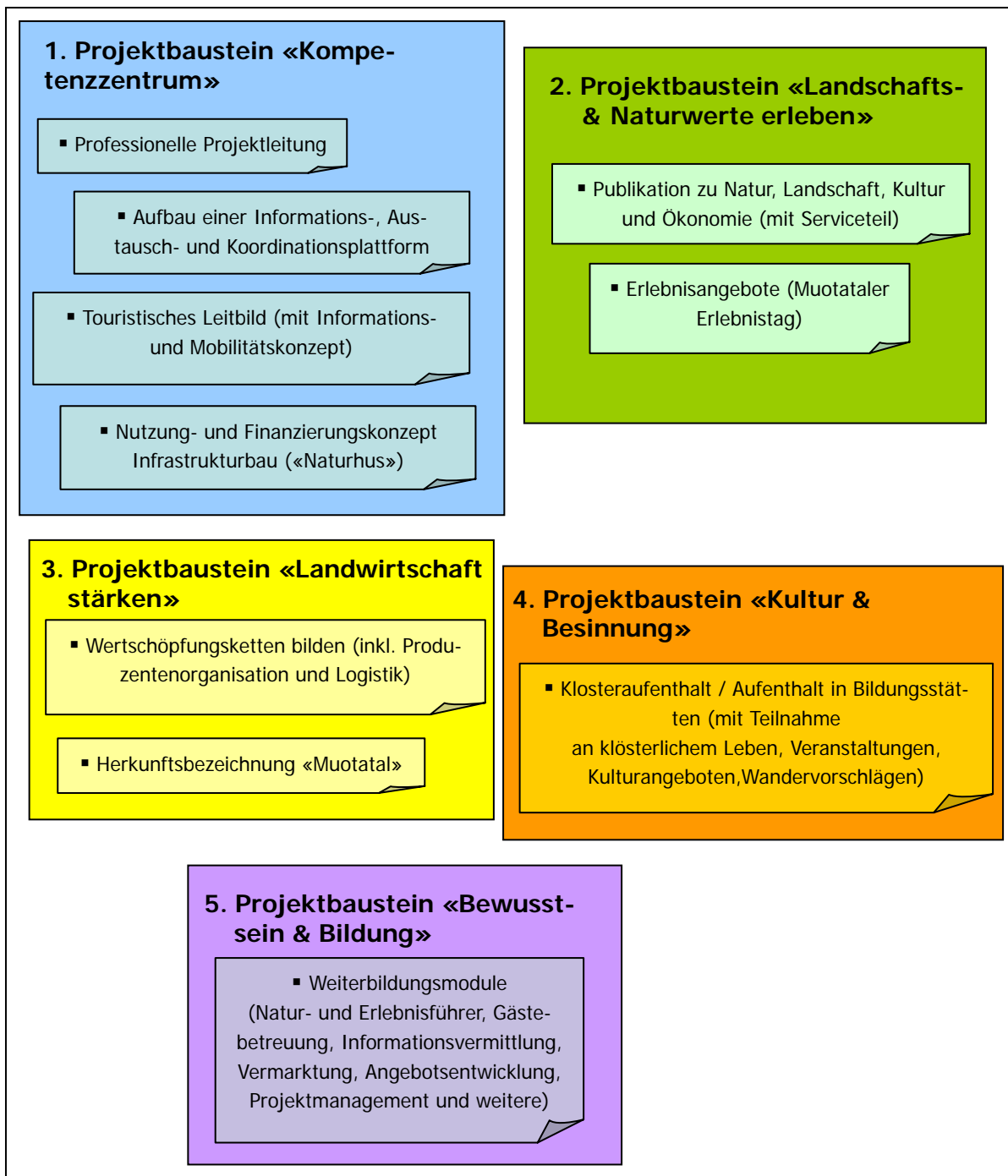


Abb. 2.1: Inhalt der fünf Teilprojekte

2.4. Organisation

Für die Trägerschaft von «Üses Muotital» wird ein Verein gegründet. Region, Gemeinden und Private (z.B. Wirtschaft) unterstützen den Verein finanziell und koordinieren ihre eigenen Tätigkeiten mit denjenigen des Vereins.

Abklärungen für die Vereinsgründung sind im Gang. Die Gründung ist auf den 1. Januar 2005 vorgesehen. Der Entwurf für die Statuten findet sich im Anhang A2.1.

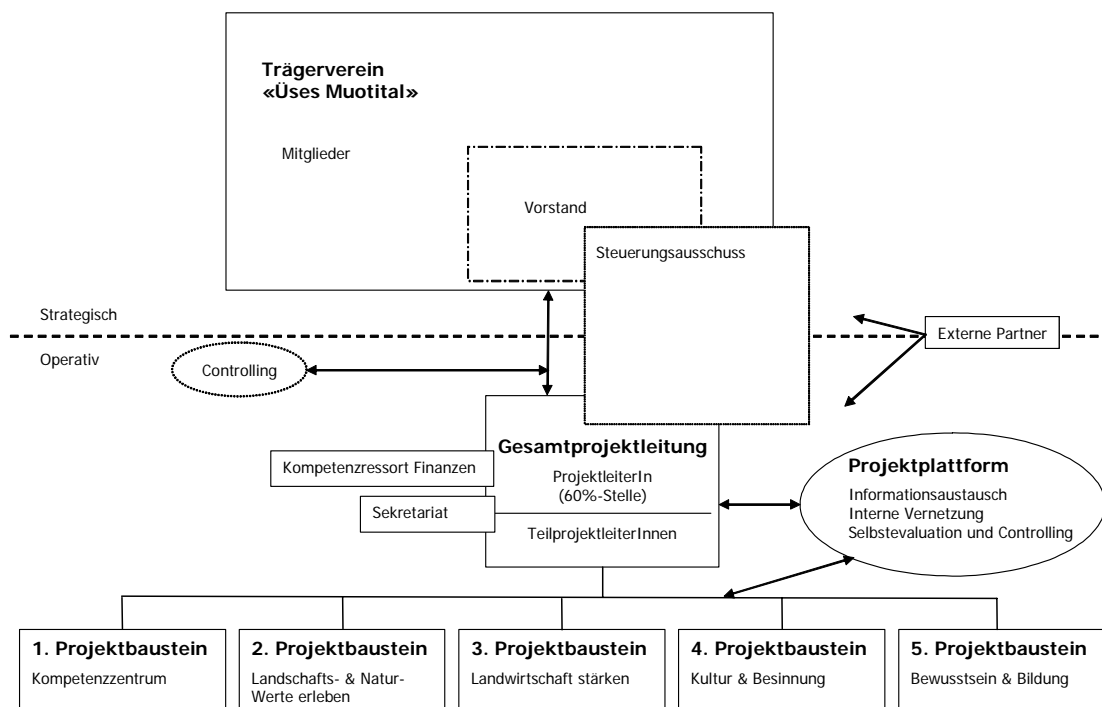


Abb. 2.2: Organigramm des Projekts «Üses Muotital»

2.4.1. Trägerschaft

In diesem Kapitel wird auf die Mitglieder und den Vorstand des Trägervereins sowie auf deren Aufgaben und Kompetenzen eingegangen.

Mitglieder

Der Verein bedarf als Basis für eine nachhaltige Regionalentwicklung einer breit abgestützten Mitgliederstruktur. Die Mitgliedschaft soll grundsätzlich offen und freiwillig gestaltet werden. Das übergeordnete Interesse und die Verantwortung der Einzelnen und der interessierten Gruppen für die Gesamtregion wird jedoch in den Statuten herausgehoben und in einem Zweckartikel definiert.

Die Mitglieder sollen zusammengesetzt sein aus VertreterInnen der

- Öffentlichen Hand (Region, politische Gemeinden, Korporationen)
- Wirtschaft (Gewerbe, Land- und Forstwirtschaft, Tourismus)
- Bevölkerung / Interessengruppen (Natur, Kultur, andere)

Die Mitglieder, insbesondere die öffentliche Hand und die Wirtschaft, sind zuständig für die Mittelbeschaffung.

Die Mitgliederversammlung des Vereins «Üses Muotital» findet einmal jährlich statt. Sie dient der Abwicklung der Vereinsgeschäfte (Abnahme Arbeitsprogramm, Jahresbericht, Rechnung, Wahlen, Statutenänderungen), ist Informationsplattform und gibt den Mitgliedern die Möglichkeit, Ideen und Anregungen in das Projekt einzubringen.

Teilnehmende der Mitgliederversammlung sind neben den Vereinsmitgliedern und dem Vorstand die ProjektleiterInnen und die Mitglieder der Teilprojekte. Die Mitgliederversammlung steht auch anderen Interessierten offen.

Stimmberechtigt sind die Vereinsmitglieder. Die Stimmrechtsanteile der öffentlichen Hand, der Wirtschaft sowie der Bevölkerung und der Interessengruppen werden in den Statuten geregelt.

Vorstand

Es ist wichtig, dass VertreterInnen der Gemeinden bzw. der Region sowie der zentralen Bereiche Gewerbe, Landwirtschaft, Tourismus, Bildung und Kultur im Vorstand vertreten sind. Diese VertreterInnen können gegebenenfalls in den Statuten Kraft ihres Amtes gesetzt werden.

Folgende Zusammensetzung wird vorgeschlagen:

Vertreterinnen und Vertreter	Anzahl
▪ Regionalverband Rigi - Mythen	1
▪ Gemeinden Illgau, Morschach und Muotathal (je eine VertreterIn)	3
▪ Wirtschaft	4
▪ Interessengruppen (Natur, Kultur, andere)	3
▪ Bildungsbereich	1
▪ Weitere	1
Total	13

Die Vorstandssitzungen finden auf Einladung des/der Präsidenten/-in rund drei Mal pro Jahr statt.

Der Vorstand ist zuständig für

- die normative und strategische Ausrichtung des Gesamtprojektes
- die Wahl, das Pflichtenheft und die Kontrolle des Projektleiters
- die Erteilung von Aufträgen (an Externe oder an die Gesamtprojektleitung)
- die Lancierung neuer Teilprojekte
- das grobe Arbeitsprogramm aufgrund des Vorschlages der Gesamtprojektleitung
- die Koordination mit externen Organisationen
- die Bereitstellung der notwendigen finanziellen und personellen Ressourcen
- die Organisation des Controlling

2.4.2. Steuerungsausschuss

Im Steuerausschuss Einsitz nehmen fünf Personen aus dem Verein, der Projektleiter und externe Fachleute (nach Bedarf entsprechend der Aufgabendefinition in der Gesamtprojektleitung). Der Projektleiter und die externen Fachleute nehmen jedoch nur eine beratende Funktion wahr. Der Steuerausschuss muss die Kompetenz haben, schnelle Entscheide (finanzieller, strategischer und koordinativer Art) zur effizienten Umsetzung der Teilprojekte fällen zu können.

Die Aufgaben des Steuerausschusses umfasst:

- die normative und strategische Ausrichtung der Teilprojekte
- die Planung der einzelnen Projektschritte und -massnahmen

- die Koordination der Kommunikation nach aussen
- die Bewertung der Projektergebnisse
- die Bereitstellung von Grundlagen und Vorschlägen für Vorstandsentscheide

Der Steuerausschuss trifft sich Grössenordnung alle zwei Monate. Gespräche mit möglichen Mitgliedern des Steuerungsausschusses sind im Gang.

TeilprojektleiterInnen werden nach Bedarf zugezogen.

2.4.3. Gesamtprojektleitung und Projektmanagement

Die Gesamtprojektleitung setzt sich zusammen aus dem Projektleiter und den TeilprojektleiterInnen. Nach Bedarf werden externe Fachleute zur Unterstützung der Projektleitung beigezogen.

Die Gesamtprojektleitung ist zuständig für

- Die Abstimmung, Koordination und Leitung der Teilprojekte
- Erarbeiten von Weiterentwicklungsvorschlägen zuhanden des Vorstandes und des Steuerausschusses
- Organisation des Informationsaustausches zwischen den Teilprojektteams (Projektplattform)

Projektleiter

Im Rahmen der Gesamtprojektleitung wird eine 60%-Stelle für einen Projektleiter geschaffen. Dies garantiert eine professionelle Durchführung des Projekts. Die personelle Besetzung der Stelle wird durch den Vorstand bestimmt. Die Kompetenzen des Projektleiters werden im Rahmen der ihm erteilten Aufträge festgelegt.

Der Projektleiter übernimmt folgende Aufgaben:

- Leitung und Organisation der Gesamtprojektleitung
- Koordination und Unterstützung der Teilprojektteams
- Leitung des Teilprojektes «Kompetenzzentrum»
- Budgetplanung und Finanzverwaltung
- Zeitplanung und -kontrolle
- Koordination mit Behörden und Interessengruppen
- Kommunikation nach innen und aussen
- Betreuung von Drittaufträgen
- Marketing
- Vorbereitung der Sitzungen der Steuerungsgruppe und des Vorstandes des Trägervereins sowie der Mitgliederversammlung
- Betreuung des Sekretariats
- Schnittstelle zur Buchhaltung

Der Projektleiter muss über folgende Kompetenzen verfügen:

- Erfahrung in Projektmanagement (Zieldefinition, Termin- und Finanzplanung)
 - hohe Sozialkompetenz
 - Fachkompetenz
 - Fähigkeit zur Kombination zwischen strategischem Denken und operativer Umsetzung
 - Erfahrung und Interesse im Bereich nachhaltiger Regionalentwicklung
 - Kenntnisse des Muotatals (Natur, Kultur, Wirtschaft)
 - kommunikatives Geschick gegenüber unterschiedlichsten Ansprechpartnern
 - Konfliktfähigkeit
-

Für die Projektleitung ist Emil Gwerder vorgesehen. Emil Gwerder hat das Projekt «Üses Muotital» wesentlich initiiert und vorangetrieben. Er hat bereits in der Startphase wichtige Projektleitungsfunktionen übernommen. Als selbstständiger Unternehmer seit 15 Jahren (Baugewerbe und Tourismus), als Geschäftsleiter der Schwyzer Wanderwege, als Einsatzleiter SAC-Rettungskolonnen Muotathal und als Prüfungsexperte Lawinenhunde sowie weitere leitende Funktionen in verschiedenen Verbänden und Organisationen bringt Emil Gwerder einen reichen Erfahrungsschatz mit, der ihn für die Aufgabe des Projektleiters bestens befähigt. Er ist im Muotathal verwurzelt und kennt sich bestens mit den wirtschaftlichen, sozialen und naturräumlichen Begebenheiten aus, die wesentliche Erfolgsfaktoren des Projektes sind.

Die Projektplattform

Die Projektplattform wird zwei Mal jährlich einberufen und dient

- dem Austausch und der Koordination zwischen den verschiedenen Teilprojekten
- der internen Vernetzung und der
- Selbstevaluation der Projektbeteiligten

Teilnehmende der Projektplattform sind alle Mitarbeitenden der Teilprojekte, die Gesamtprojektleitung und der Steuerungsausschuss.

Sekretariat

Der Projektleitung steht ein Sekretariat (20%-Stelle) zur Verfügung. Idealerweise wird dieses mit der ebenfalls neu zu schaffenden Kompetenzstelle Tourismus kombiniert (vgl. Kap. 5.1). Das Sekretariat hat folgende Aufgaben:

- administrative und organisatorische Unterstützung der Projektleitung bei der Vorbereitung der Sitzungen der Steuerungsgruppe und des Vorstandes sowie der Mitgliederversammlung und deren Nachbearbeitungen (Protokolle etc.).
- administrative Unterstützung des Projektleiters und der Teilprojektteams
- allgemeine administrative Aufgaben

2.4.4. Kompetenzressort Finanzen

Das Kompetenzressort Finanzen ist für die Mittelbeschaffung und das Sponsoring besorgt. Der Verantwortliche des Ressorts unterstützt die Gesamtprojektleitung und die Teilprojektteams bei der Budgetierung.

Die Buchhaltung wird separat geführt. Die Rechnungsführung kann durch das Sekretariat wahrgenommen werden.

Hier geschieht die Koordination der Rechnungsführung für die Teilprojekte und die Gesamtaktivitäten von «Üses Muotital» (inklusive Jahresabschluss, Bilanz und Erfolgsrechnung).

2.4.5. Controlling

Das Controlling ist ein wichtiger Bestandteil eines Projektes, um aufzuzeigen, inwieweit die vorgegebenen Ziele erreicht werden. Der Organisation des Controllings muss deshalb grösste Aufmerksamkeit geschenkt werden. Die Erfolgskontrolle umfasst zwingend die Überprüfung von:

- Zeitplan (Meilensteine)
- Kosten und Finanzierung
- Umsetzungs-, soweit möglich Wirkungsziele

Das Controlling dient als Instrument der Projektsteuerung. Es soll auf strategischer und operativer Ebene angewendet werden.

Das Controlling wird von Josef Wyer - Präsident des Regionalverbands (REV) Rigi - Mythen - wahrgenommen.

2.4.6. Teilprojektteams

In den Teilprojektteams werden die einzelnen Projektbausteine entwickelt und umgesetzt. Die Teilprojekte werden unter dem Dach des Vereines «Üses Muotital» geführt, können jedoch bei Bedarf in eine eigenständige Rechtsform überführt werden. Besonders bei Projekten, die unternehmerisch tätig werden und eigene Produkte für den Markt entwickeln, ist dies angebracht. Beispielsweise kann für das Projekt «Landwirtschaft stärken» ab einer gewissen Anzahl von Trägern oder ab einer bestimmten Umsatzsumme eine Genossenschaft geeignet sein. Steht für eine bestimmte Aufgabe ein bestimmtes Vermögen zu Verfügung, kann eine Stiftung gegründet werden.

Die Koordination der Projekte zu einem Ganzen obliegt, wie geschildert, dem Vorstand respektive dem Steuerungsausschuss und der Gesamtprojektleitung als Gemeinschaftsaufgabe.

2.4.7. Beteiligung von externen Partnern

Nach Bedarf werden Partnerschaften mit thematisch ähnlichen Projekten im In- und Ausland, mit interessierten Institutionen und mit Fachleuten privater Büros oder Hochschulen gesucht.

Aufgaben im Rahmen der Gesamtprojektleitung und / oder die Bearbeitung von Einzelprojekten können als Aufträge an Dritte vergeben werden.

2.5. Aufgaben und Zeitplanung «Üses Muotital»

Der Projektstrukturplan in Tab. 2.3 gibt einen Überblick der Aufgaben- und Zeitplanung des Gesamtprojekts und der Teilprojekte.

2.5.1. Detailliertes Aufgaben- und Zeitprogramm für das erste Jahr

Das detaillierte Aufgaben- und Zeitprogramm für das erste Jahr (November 2004 bis Januar 2006) orientiert sich an den Aktivitäten der fünf Projektbausteine. Es findet sich ebenfalls in der Tab. 2.1.

Im Laufe des Jahres 2005

- funktioniert die Projektorganisation und der Betrieb der Koordinations- & Austauschplattform
- ist das Konzept im Bereich Tourismus & Verkehr erarbeitet
- steht das Kommunikations- & Informationskonzept
- die Website als Portal zum Projekt und den Angeboten ist aufgeschaltet
- das Konzept für die Herkunftsbezeichnung kann umgesetzt werden
- die Zieldefinition und die Bedarfsabklärung für das Naturhus sind in Angriff genommen
- die Publikation zu Landschafts- & Naturwerte erleben wird ausgearbeitet
- der erste Muotataler Erlebnistag findet statt
- erste Kooperationen im Bereich «Landwirtschaft stärken» sind aufgebaut und die Vermarktung beginnt
- die landwirtschaftliche Produzentenvereinigung hat sich gebildet
- die Führungen im Projektbaustein «Erlebnis & Besinnung» werden angeboten
- das Konzept für die Kursangebote im Bereich «Bewusstsein & Bildung» ist erstellt und die Organisation der Pilotkurse beginnt

2.5.2. Meilensteine für die weiteren Jahre

Bis 2009 sind folgende weiteren Meilensteine geplant:

2006

- Umsetzung des Konzepts «Tourismus & Verkehr»
- Umsetzung der Herkunftsbezeichnung
- Bedarfsabklärung und Machbarkeitsstudie des Naturhus
- Ausarbeitung der Publikation im Baustein «Landschafts- & Naturwerte erleben»
- Machbarkeit Logistikzentrum klären
- Eröffnung des «Sonnenwegs»
- Start Pilotkurse im Bereich «Bewusstsein & Bildung»

2007

- Betriebs- und Finanzierungskonzept für das Naturhus
- Umsetzung der Publikation Baustein «Landschafts- & Naturwerte erleben»
- Umsetzung des Logistikzentrums
- regulärer Betrieb der Weiterbildungsmodule im Baustein «Bewusstsein & Bildung»

2008

- Finanzierung und Umsetzung des Naturhus
- Weiterentwicklung der einzelnen Bausteine

2009

- Übergang des Regio Plus-Projekts in einen eigenständigen Betrieb

Arbeitsprogramm	Zeitprogramm																					
	2003			2004			2005			2006			2007		2008		2009					
	Jan	Apr	Jul	Ok	Jan	Feb	Mrz	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez	Jan	Feb	Jul	Jan	Jul	Jan
1.4	Herkunftsbezeichnung																					
1.4.1	Zieldefinition																					
1.4.2	Bedarfsabklärung																					
1.4.3	Konzept																					
	Kriterien festlegen																					
	Bestandesaufnahme vorhandene Instrumente																					
	Bestandesaufnahme vorhandene Produkte / Angebote																					
	Organisation																					
	Koordination mit anderen Aktivitäten (intern / extern)																					
	Erscheinungsbild (Logo)																					
	Marketing																					
1.4.4	Umsetzung																					
	Aufbau																					
	Marketing																					
	Betrieb																					
	Weiterentwicklung																					
1.5	Naturhus																					
1.5.1	Zieldefinition																					
1.5.2	Bedarfsabklärung																					
1.5.3	Machbarkeit klären																					
1.5.4	Betriebskonzept																					
	Bestandesaufnahme vorhandene Einrichtungen																					
	Aktivitäten definieren																					
	Ablaufplanung																					
1.5.5	Finanzierungskonzept																					
1.5.6	Finanzierung																					
1.5.7	Umsetzung																					
1.6	Weitere Aufgaben																					
1.6.1	projekinterne Information & Koordination																					
2	Landchafts- & Naturwerte erleben																					
2.1	Publikation																					
2.1.1	Zieldefinition																					
2.1.2	Bedarfsabklärung																					
2.1.3	Konzept																					
	Bestandesaufnahme																					
	Inhalte																					
	Erscheinungsform																					
	Marketing																					
2.1.4	Ausarbeitung																					
2.1.5	Umsetzung																					
	Printprodukte																					
	World Wide Web																					
2.1.6	Marketing																					
2.1.7	Weiterentwicklung																					
2.2	Produkt "Muotitaler Erlebnisfest"																					
2.2.1	Zieldefinition																					
2.2.2	Konzept																					
2.2.3	Umsetzung																					
2.2.4	Weiterentwicklung																					
2.3	Weitere Aufgaben																					
2.3.1	projekinterne Information & Koordination																					

2.6. Stand der Arbeiten

Im Rahmen der Projektentwicklung wurden in mehreren Workshops die fünf Projektbausteine erarbeitet und in zahlreichen Gesprächen und Diskussionen ausgearbeitet. Für die fünf Projektbausteine wurden Teilprojektteams gebildet, welche die Teilprojekte vorantreiben. Die Teilprojektleiter für die fünf Teams sind bestimmt. Alle fünf Teilprojektteams haben bereits zwei bis drei Sitzungen einberufen. Im ersten Schritt wurde an den Zielsetzungen und an der Zeitplanung gearbeitet. Bereits haben sich einige Teilprojektteams an die Umsetzung der Inhalte gemacht. Für die Gesamtprojektleitung wurde für die Übergangsphase ein Koordinator eingesetzt.

Sämtliche Beteiligte des Gesamtprojekts «Üses Muotital» wurden im April 2004 zu einem Informationsaustausch mit Apéro eingeladen. Der Anlass diente dem Austausch unter den Teilprojektteams bezüglich Inhalten und Vorgehen und der internen Vernetzung.

2.7. Marketing / Öffentlichkeitsarbeit

2.7.1. Informations-, Kommunikations- und Marketingkonzept

Im Rahmen des Projektbausteins «Kompetenzzentrum» ist ein umfassendes Kommunikations- und Informationskonzept geplant. Das Regio Plus-Projekt «Üses Muotital» legt jedoch schon in der Entwicklungs- und Aufbauphase grosses Augenmerk auf eine kontinuierliche und transparente Kommunikation und Information. Die Bevölkerung in der Region und interessierte Kreise sollen laufend und detailliert über die Zielsetzungen und die Aktivitäten des Projekts informiert werden. Dadurch wird das Projekt an der Basis verwurzelt und von der Bevölkerung in der Weiterentwicklung und Umsetzung mitgetragen.

2.7.2. Kooperation mit Swiss Knife Valley

Die Swiss Knife Valley AG ist eine von privaten touristischen Anbietern gegründete Vermarktungsorganisation für den inneren Teil des Kantons Schwyz. Die Swiss Knife Valley AG vermarktet nicht Orte sondern Produkte. In der ersten Aufbauphase wird vor allem der Tagestourist angesprochen. In der angelaufenen zweiten Phase wird mit örtlichen Tourismusbüros und Beherbergungsbetrieben eine Informationsstruktur aufgebaut. Vor Ort möchte die Swiss Knife Valley AG Infostellen unterstützen, wie dies bereits in Kooperation mit den Stoosbahnen oder der Auto AG Schwyz passiert. Neue Produkte, wie sie im Rahmen des Projekts «Üses Muotital» entstehen, sind der Swiss Knife Valley AG sehr willkommen. Die Swiss Knife Valley AG kann im Rahmen ihrer Tätigkeit Promotion für diese Produkte wahrnehmen. Eine Zusammenarbeit zwischen den Akteuren des Projekts «Üses Muotital» und der Swiss Knife Valley AG ist um so mehr gegeben, als am Projekt beteiligte touristische Anbieter auch Mitglieder der Swiss Knife Valley AG sind.

2.8. Kosten

2.8.1. Anrechenbare Kosten

Tab. 2.2 zeigt die Gesamtkosten des Projekts «Üses Muotital» nach den einzelnen Projektbausteinen und Kostenstellen. Die anrechenbaren Kosten belaufen sich auf 1.105 Mio. Franken.

2.8.2. Nicht anrechenbare Kosten

Ebenfalls in Tab. 2.2 sind die nicht anrechenbaren Kosten aufgeführt. Sie fallen in erster Linie für das Naturhus und Infrastruktur im Bereich «Kultur & Besinnung» an und summieren sich auf rund 2.2 Mio. Franken.

Tab. 2.2: Übersicht der Kosten im Regio Plus-Projekt «Uses Muotital» nach Projektteilen mit anrechenbaren und nicht-anrechenbaren Kosten

	anrechenbare Kosten										Investitionen	
	Total	Aufbaubarbeit	Interne Personalkosten	Konzeptarbeit	Projektteam-entschädigungen	Öffentlichkeitsarbeit	Vermarktung / Marketing / Sponsoring	Finanzen Controlling	Realisation Informationsmedien	Büroinfrastruktur		Experten-entschädigung
0 Projektentwicklung, Trägerschaft	125'000.00	7'000.00	0.00	0.00	40'000.00	0.00	0.00	20'000.00	0.00	0.00	58'000.00	0.00
0.1 Projektentwicklung	75'000.00	2'000.00			15'000.00						58'000.00	
0.2 Trägerschaft	50'000.00	5'000.00			25'000.00			20'000.00				
1 Kompetenzzentrum	639'000.00	10'000.00	255'000.00	70'000.00	22'000.00	20'000.00	35'000.00	40'000.00	50'000.00	60'000.00	77'000.00	2'000'000.00
1.1 Koordinations- & Austauschplattform	439'000.00		255'000.00		7'000.00			40'000.00		60'000.00	77'000.00	
1.2 Leitbild Lebens- & Wirtschaftsraum	4'000.00				4'000.00							
1.3 Kommunikation & Information	105'000.00			20'000.00	5'000.00	20'000.00	10'000.00		50'000.00			
1.4 Herkunftsbeziehung	48'000.00	10'000.00		10'000.00	3'000.00		25'000.00					
1.5 Naturhus	43'000.00			40'000.00	3'000.00							2'000'000.00
2 Landschafts- & Naturwerte erleben	97'000.00	0.00	0.00	15'000.00	22'000.00	0.00	10'000.00	0.00	15'000.00	0.00	35'000.00	15'000.00
2.1 Publikation	77'000.00			10'000.00	15'000.00		5'000.00		12'000.00		35'000.00	
2.2 Produkt "Muotialer Erlebnisstag"	20'000.00			5'000.00	7'000.00		5'000.00		3'000.00			15'000.00
3 Landwirtschaft stärken	77'000.00	5'000.00	0.00	30'000.00	22'000.00	0.00	20'000.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
3.1 Vermarktung & Logistik	47'000.00	5'000.00		10'000.00	12'000.00		20'000.00					
3.2 Produzentenvereinigung	30'000.00			20'000.00	10'000.00							
4 Kultur & Besimung	67'000.00	0.00	0.00	26'000.00	22'000.00	0.00	15'000.00	0.00	4'000.00	0.00	0.00	150'000.00
4.1 Oasen der Stille	25'000.00			10'000.00	8'000.00		5'000.00		2'000.00			
4.2 Sonnenweg	25'000.00			10'000.00	8'000.00		5'000.00		2'000.00			150'000.00
4.3 Kulturell-historische Entdeckungen	17'000.00			6'000.00	6'000.00		5'000.00					
5 Bewusstsein & Bildung	100'000.00	15'000.00	0.00	10'000.00	10'000.00	0.00	10'000.00	0.00	10'000.00	20'000.00	25'000.00	0.00
5.1 Aus- und Weiterbildung	100'000.00	15'000.00		10'000.00	10'000.00		10'000.00		10'000.00	20'000.00	25'000.00	
	0.00											
	0.00											
TOTAL	1'105'000.00	37'000.00	255'000.00	151'000.00	138'000.00	20'000.00	90'000.00	60'000.00	79'000.00	80'000.00	195'000.00	2'165'000.00

2.9. Finanzierung

2.9.1. Finanzierung der anrechenbaren Kosten

Im Regio Plus-Projekts «Üses Muotital» fallen anrechenbare Kosten von Fr. 1'105'000.- an. Die Finanzierung basiert auf drei Säulen:

- Eigenleistung der Trägerschaft und
- Gelder der Trägerschaft und von Dritten
- Beiträge des Bundes

Auf Grund der Vorabklärung mit der zuständigen Stelle beim Bund wird mit einem Bundesbeitrag von rund Fr. 500'000.- gerechnet.

Die Eigenleistungen bewegen sich in der Grössenordnung von Fr. 200'000.-.

So bleiben Fr. 405'000.- zu finanzieren. Die Gemeinde Muotathal hat sich bereit erklärt, ab 2005 für fünf Jahre Fr. 22'000.- pro Jahr in das ordentliche Budget aufzunehmen. Der Budgetantrag wird im Dezember 2004 der Gemeindeversammlung zur Abstimmung vorgelegt.

Für die Beschaffung der restlichen Fr. 295'000.- ist ein Sponsoringkonzept erstellt worden (siehe Anhang A2.2). Gespräche mit potenziellen Geldgebern sind im Gang. Beteiligung von Institutionen und Privaten hängt jedoch von Art und Umfang der Unterstützung durch den Kanton Schwyz und den Bund ab. Die Beteiligung des Kantons sollte sich nach dem «Strategiekonzept Wirtschaft und Wohnen für den Kanton Schwyz» des Regierungsrates vom Juli 2004 richten (siehe auch 2.1).

2.9.2. Finanzierung der nicht anrechenbaren Kosten

Im Projekt «Üses Muotital» wird mit rund 2.2 Mio. Franken nicht anrechenbare Kosten gerechnet. Die nicht anrechenbaren Kosten sollen durch eine Partnerschaft des Regionalverbands (REV) Rigi – Mythen, die Projektträgerschaft und Sponsoren finanziert werden.

2.9.3. Warum ist Finanzhilfe erforderlich?

Das Muotatal als ländliche, alpine und periphere Region ist stark von den aktuellen wirtschaftlichen Veränderungen betroffen. Um der Abnahme der Arbeitsplätze und der Abwanderung in der Region entgegenzuwirken, braucht es neue Impulse. Mit der Initiative «Üses Muotital» sind Personen aus dem Muotatal vorausschauend aktiv geworden und stellen sich den Herausforderungen. Die Umsetzung des Projekts übersteigt leider die finanziellen Möglichkeiten der drei Gemeinden. Um die Herausforderung trotzdem anpacken zu können, ist das Muotatal angewiesen auf finanzielle Unterstützung von aussen.

2.10. Beurteilung der Erfolgchancen

Die Erfolgchancen für das Projekt können zum jetzigen Zeitpunkt als sehr gut beurteilt werden. Die Idee für ein Regionalentwicklungsprojekt stammt von Akteuren aus der Region. Das Projekt «Üses Muotital» ist auf sehr gute Resonanz in der Region gestossen. In verschiedenen Kreisen ist ein grosses Engagement vorhanden, viele Personen beteiligen sich in den Teilprojektteams. Wichtige Organisationen waren von Beginn der Projektentwicklung an involviert. Neue Formen der Zusammenarbeit - eines der wichtigsten Ziele von «Üses Muotital» - sind schon zu Beginn entstanden.

Es besteht eine grosse Bereitschaft, Anstrengungen zu unternehmen, um die Entwicklung des Muotitals – von «Üsem Muotital» - positiv zu beeinflussen. Gegen das Projekt gab es bisher keine Opposition.

Aufgrund der direkten Betroffenheit der BewohnerInnen der Region und den konkreten Auswirkungen auf die Wirtschaftsentwicklung sowie dem grossen Engagement ist davon auszugehen, dass die nötige regionale Ko-Finanzierung sichergestellt werden kann.

Auf die Erfolgchancen der einzelnen Projektbausteine wird im Kapitel 5 eingegangen.

2.10.1. Erfolgskontrolle

Die strategische Verantwortung des Gesamtprojekts «Üses Muotital» liegt beim Trägerverein. Dieser führt auch die Rechnung und stellt die Projektleitung ein. Die Verantwortlichen für die Buchhaltung und das Controlling müssen bestimmt werden. Der Projektleiter führt das Gesamtprojekt auf der operationellen Ebene.

Im Rahmen der Projektplattform erfolgt eine Selbstevaluation der Teilprojektteams.

2.11. Weiterbestand nach Auslaufen der Bundesfinanzierung

Aus dem Regio Plus-Projekt sollen eigenständige und selbsttragende Strukturen entstehen. Für die einzelnen Projektteile werden entsprechende Trägerschaften gebildet. Nach Abschluss des Regio Plus-Projekts übernimmt der Trägerverein des Regio Plus-Projekts in der Region übergeordnete oder begleitende Aufgaben für die Weiterentwicklung von Projekten oder wird aufgelöst.

3. Auswirkungen des Projekts

3.1. Räumlicher Wirkungsbereich

Das Projekt «Üses Muotital» bezieht sich schwerpunktmässig auf die Region Muotatal mit den Gemeinden Muotathal, Illgau und Teilen der Gemeinde Morschach (Stoos). Bei den Projektbausteinen sind verschiedenste Akteure des Muotatals integriert. Die Koordination der Aktivitäten schafft ein breites Beziehungsnetz. Durch die Verflechtung entstehen neue Synergien im Muotatal.

Die Projektbausteine «Kultur & Besinnung» und «Bewusstsein & Bildung» sind nicht auf die Region Muotatal beschränkt und schaffen somit eine Verbindung zu den umliegenden Regionen. Weitere Projektbausteine können in ihrem Perimeter längerfristig ausgeweitet werden, beispielsweise könnten sich Teilprojekt «Landwirtschaft stärken» auch Landwirte der umliegenden Regionen beteiligen.

Alle Projektbausteine haben zum Ziel, über die Region hinaus zu wirken und einen positiven Effekt auf die Wirtschaft und Beschäftigung des Muotatals auszuüben.

3.2. Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt

Ein wesentlicher Antrieb des Gesamtprojekts besteht darin, eine positive Auswirkung auf den Arbeitsmarkt des Muotatals zu erzielen. Diese bezieht sich insbesondere auf die Schaffung neuer Arbeitsplätze im Nebenerwerb und im Erhalten bestehender Arbeitsplätze.

In verschiedenen Sektoren werden mit «Üses Muotital» neue Produkte entstehen unter Beteiligung verschiedener Betriebe, Institutionen und Personen. In allen fünf Projektbausteinen sind neuartige Kooperationen im Entstehen. Entsprechend wirkt sich das Projekt auf den Arbeitsmarkt verschiedener Branchen aus.

Insbesondere dürften der Tourismus und die Zulieferbranchen von positiven Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt profitieren. Konkrete neue Angebote werden mit den Projekten «Kompetenzzentrum», «Landschafts- & Naturwerte erleben», «Kultur & Besinnung» sowie «Bewusstsein & Bildung» geschaffen. Ein Stellenpotenzial zeichnet sich insbesondere in der neuen Tourismusstelle, im Naturerlebnisbereich, in Bildungsstätten und bei der Weiterbildung ab.

Indirekt werden sich die Herkunftsbezeichnung, die neuen Angeboten als Produkte aus der Weiterbildung, die Publikation (Gästeinformation zu Natur, Landschaft, Kultur, Ökonomie und Tourismus) und längerfristig das «Naturhus» auf den Arbeitsmarkt im Tourismus auswirken. Profitieren werden dabei auch die Gastronomie- und die Hotelbetriebe.

Ein wichtiges Anliegen der Region ist der Erhalt der Landwirtschaftsbetriebe und ihrer Arbeitsplätze. Das Projekt «Bewusstsein & Bildung» soll Bäuerinnen und Bauern animieren und unterstützen, sich Kompetenzen in der Gästebetreuung anzueignen und eigene Angebote im Bereich ländlicher Tourismus zu entwickeln. Bereits haben im Muotatal mehrere Leute verschiedener Branchen durch Führungen und Exkursionen mit Erfolg Nebenerwerbsmöglichkeiten geschaffen. Diese werden durch den Aufbau dieser Weiterbildungsangebote erweitert.

Zugleich soll mit dem Projektbaustein «Landwirtschaft stärken» eine Verminderung der arbeitsmässigen und finanziellen Aufwände erzielt werden. Die Bauern sollen dadurch Kapazitäten für die Bewirtschaftung oder für Nebenerwerbsarbeiten erlangen – z.B. im ländlichen Tourismus.

Nicht zuletzt wird im Rahmen der Gesamtprojektleitung von «Üses Muotital» ein neuer qualifizierter Arbeitsplatz im Muotatal geschaffen.

3.3. Auswirkungen auf die regionale Wirtschaftsstruktur

Wie im Kapitel 3.2 bereits geschildert, sind im Projekt «Üses Muotital» verschiedene Wirtschaftszweige tangiert, am stärksten der Tourismus und die Landwirtschaft. Den Grundstein für den Aufbau der Produkte bilden die vorhandenen Stärken des Muotatals, insbesondere die Attraktionen für den naturna-

hen Tourismus wie die Bödmeren, das Hölloch und die Karstlandschaft. Diese sollen mit «Üses Muotital» stärker in Wert gesetzt werden. Erfahrungen mit bestehenden Produkten im Muotatal zeigen auf, dass im Bereich des naturnahen Erlebnistourismus und ebenso bei kulturellen und spirituellen touristischen Angeboten eine sehr hohe Nachfrage besteht und das Potenzial noch nicht ausgeschöpft ist. Die Vermarktung der neuen Angebote wird durch die grosse Bekanntheit des Muotatals begünstigt. Das bestehende Image der «urchigen Muotataler» soll durch die neue Positionierung mit «innovativ» erweitert werden.

Die neuartigen Kooperationen ermöglichen eine bewusste und effizientere Planung von regionalen und überregionalen Wirtschaftskreisläufen.

Wichtiger Bestandteil bildet dabei das Marketing. In der Vermarktung des gesamten Muotatals wird von der bestehenden Schwyzer Marketing-Organisation Swiss Knife Valley AG profitiert.

3.4. Auswirkungen auf die Umweltqualität

Die Förderung des naturnahen Tourismus bildet ein Hauptbestandteil von «Üses Muotital». Da dieser direkt abhängig ist von einer intakten Natur- und Kulturlandschaft, ist den Beteiligten des Projekts der Schutz dieser Landschaften ein grosses Anliegen. Die Stärkung der Landwirtschaft wirkt sich in dem Sinne positiv auf die Umweltqualität aus, dass die biologisch wertvolle und artenreiche Kulturlandschaft erhalten und gepflegt wird.

Die Projektbausteine «Landschafts- & Naturwerte erleben», «Kultur & Besinnung» sowie «Bewusstsein & Bildung» tragen durch die Erlebnisse in der Natur und dem Kennenlernen der natürlichen Besonderheiten des Muotatals zu einem besseren Verständnis der ökologischen Zusammenhänge und zu einer Sensibilisierung der Anliegen der Natur bei.

Der Gefahr von erhöhten Emissionen durch den zusätzlichen motorisierten Verkehr wird mit der Planung und dem Vollzug von Massnahmen im Tourismusverkehr im Projektbaustein «Kompetenzzentrum» begegnet. So soll die Belastung für die Umwelt durch die erwartete zusätzliche Kundschaft im Muotatal möglichst gering gehalten werden.

4. Modellcharakter des Projekts

4.1. Innovative Elemente

Das Projekt «Üses Muotital» betont die einmalige Natur- und Kulturlandschaft des Muotitals und nutzt die Chance, diese durch angepasste Angebote in Wert zu setzen. Innovativ ist insbesondere:

- die direkte Erfahrbarkeit des besinnlichen Lebens in einem Kloster oder einer Bildungsstätte
- die institutionalisierte Zusammenarbeit im Tourismus durch den Aufbau einer Koordinations- und Austauschplattform
- Die Entwicklung einer Herkunftsbezeichnung, welche allen Leistungsträgern im Muotital zur freien Benützung zur Verfügung steht
- Die Koordination in der Logistik, Vermarktung und dem Absatz der landwirtschaftlichen Produkte als Aufgabe der neuen Produzentenorganisation. Dabei sind Kooperationen mit dem Verband Schweizer Milchproduzenten (SMP) im Bereich Absatzförderung Schweizer Alpkäse³ und mit der Bergemarke der Schweizerischen Arbeitsgemeinschaft für die Berggebiete SAB⁴ möglich.
- Das Bildungsangebot für alle interessierten Personen, welche im mit Touristen in Kontakt sind oder Hilfestellung beim Aufbau von neuen touristischen Angeboten beanspruchen.

4.2. Neuartigkeit (im regionalen, überregionalen oder nationalen Bezugsrahmen)

Das Projekt «Üses Muotital» bietet vor allem im regionalen Bezugsrahmen Neuerungen an Angeboten und Kooperationen. In allen fünf Projektbausteinen wurden und werden Kooperationen aufgebaut, welche bisher nicht in dieser Form bestanden. Betroffen sind dabei vor allem die Landwirtschaft, der Tourismus sowie als Grundlage die Landschaft.

Die Koordination in der Logistik, Vermarktung und dem Absatz der landwirtschaftlichen Produkte als Aufgabe der neuen Produzentenorganisation ist im regionalen Bezugsrahmen ebenso neuartig wie die Entwicklung einer Herkunftsbezeichnung, welche allen Leistungsträgern im Muotital zur freien Benützung zur Verfügung steht.

Neuartig im überregionalen Bezugsrahmen ist der Projektbaustein «Kultur & Besinnung», welcher einen Klostersaufenthalt und Aufenthalte in Bildungsstätten für Gäste ermöglicht, gekoppelt mit Kulturangeboten und thematischen Wanderungen. Die Bildungsstätten und das Kloster – alle franziskanisch – bauen mit diesem Projekt eine Zusammenarbeit auf, welche vorhin nicht bestand.

Die gesamtheitliche und übergreifende Weiterbildung im Bereich Tourismus ist in dem Sinne neuartig, dass sie in Modulen aufgebaut ist und allen Interessierten der Region zur Verfügung steht. Je nach persönlichen Interessen können die Module selber zusammengestellt werden. Da die Weiterbildung in der Region selber stattfindet, werden mehr Leute angesprochen und es kann eine neue Dynamik entstehen.

4.3. Übertragbarkeit

Viele Klöster sind vom Mangel an Nachwuchs betroffen und mit dem Problem der Nutzung und Aufrechterhaltung der Gebäude konfrontiert. Die Öffnung des Klosters für Auswärtige kann auch für andere Klöster interessant sein. Eine Zusammenarbeit mit bestehenden religiösen Bildungsstätten erleichtert diesen Schritt und ist zur Nachahmung empfohlen.

³ www.schweizeralpkäese.ch

⁴ www.sab.ch

Die Landwirtschaft hat nicht nur im Muotatal einen schwierigen Stand. Die Landwirte müssen verstärkt unternehmerisch tätig sein. Die Zusammenarbeit mit einer Produzentenorganisation im Bereich Absatz, Logistik und Vermarktung soll die Landwirte entlasten. Das Projekt lässt sich auf andere Regionen, insbesondere andere Täler, übertragen.

Spektakuläre Natur- und Kulturlandschaften werden heute zunehmend in verschiedenen alpinen Randregionen touristisch mit naturnahen Angeboten vermarktet. Viele innovative Anbieter können Erfolge verzeichnen und belegen, dass ein grosses Potenzial im naturnahen Tourismus vorhanden ist. Dieses wurde auch in einer Studie des Seco aufgezeigt.⁵ In diesem Sinne ist die touristische Inwertsetzung von Natur und Landschaft übertragbar. Wichtig ist hierbei, dass die Eigenarten der Region hervorgehoben und integriert werden.

Das Kompetenzzentrum, bei welchem alle Anstrengungen in einer Austauschplattform koordiniert werden und in welchem mit dem «Naturhus» eine zentrale Infrastruktur für Anbieter wie Gäste aufgebaut wird hat Modellcharakter, nicht zuletzt deshalb, weil von Beginn an sämtliche touristische Anbieter beteiligt sind.



Abb. 4.1: Blick über das Muotatal Richtung Westen

⁵ Naturnaher Tourismus in der Schweiz. Angebot, Nachfrage und Erfolgsfaktoren. Seco, Juni 2002.

5. Darstellung der Projektbausteine

Erläuterungen

Das Projekt «Üses Muotital» initiiert im Muotital einen zukunftsgerichteten Prozess der nachhaltigen Regionalentwicklung. Dies findet in den folgenden Projektübersichten insofern Wiederhall, als zwischen Start-, Schlüssel- und möglichen Folgeprojekten unterschieden wird.

- **Startprojekt(e):** Die Startprojekte werden im Rahmen von Regio Plus entwickelt und umgesetzt. Sie bilden den Einstieg in den jeweiligen Themenbereich. Mit ihnen wird der Entwicklungsprozess konkret. Sie bilden die Basis für weitere Projekte.
- **Schlüsselprojekt(e):** Bei den Schlüsselprojekten kann auf Grund der Rahmenbedingungen erst mittel- bis langfristig mit einer Umsetzung gerechnet werden. Inhaltlich stellen sie jedoch wesentliche Elemente der zukünftigen Regionalentwicklung dar. Erste Schritte werden deshalb bereits im Rahmen des Regio Plus-Projekts erarbeitet und umgesetzt.
- **mögliche Folgeprojekt(e):** Aus den Startprojekten und zur Unterstützung der Schlüsselprojekte entstehen mögliche Folgeprojekte. Setzen der Themen und Prioritäten geschieht durch die Projektbeteiligten entsprechend ihren Bedürfnissen. Mögliche Folgeprojekte werden nicht im Rahmen von Regio Plus behandelt.

5.1. Projektbaustein «Kompetenzzentrum»

Ausgangslage	<p>Im Muotital sind verschiedene Anbieter im Tourismus tätig, die ihre Angebote bis jetzt nur wenig koordinieren. Ein einheitlicher Auftritt der Anbieter fehlt, und Gäste finden im Muotital keine allgemeine Anlaufstelle. Der Tourismusverkehr ist in den letzten Jahren - insbesondere an Wochenenden - durch Tagestourismus stark angestiegen. Er wird von Einheimischen wie auch von den Gästen, welche Ruhe im Muotital suchen, als Belastung empfunden.</p> <p>Durch das Setzen und Verfolgen von kooperativen Zielen, einer gemeinsamen Entwicklungsrichtung und durch einen gemeinsamen, einheitlichen Auftritt sollen Synergien unter den verschiedenen Anbietern geschaffen werden.</p>
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Festlegen der gemeinsamen touristischen Ausrichtung zur Klärung der Bedürfnisse und als Unterstützung für eine zielgerichtete Angebotsentwicklung. ▪ Planung des Tourismusverkehrs ▪ Aufbau einer gemeinsamen Koordinations- und Tourismusstelle zur Kommunikation nach aussen und Koordination nach innen. ▪ Erarbeitung einer Herkunftsbezeichnung für Muotataler Produkte und Dienstleistungen zur Profilierung nach aussen und Identitätsstiftung nach innen. ▪ Infrastruktur schaffen für Kommunikation mit den und Information für die Gäste.

Startprojekt(e)	<p>Koordinations- und Austauschplattform</p> <p>In dieser Plattform sind alle interessierten Tourismus-Anbieter der Region vertreten. Gemeinsam wird die touristische Ausrichtung und gemeinsame Zielsetzung des Tourismus im Muotatal in Form eines Leitbildes festgelegt. Die Plattform ist Dreh- und Angelpunkt der Kommunikation für die verfolgten Ziele nach innen und nach aussen. Dafür wird eine Kommunikationsstrategie erarbeitet. Es werden Ziele und Massnahmen entwickelt, wie dem zunehmenden Tourismusverkehr begegnet werden kann.</p> <p>Die Plattform baut zudem ein gemeinsames Tourismusbüro auf, welches einerseits gegen aussen als touristische Anlaufstelle für jegliche Angebote im Muotatal dient. Andererseits sind die Verantwortlichen des Büros zuständig für Koordination und Austausch der verschiedenen Aktivitäten und Projekte im Muotatal.</p> <p>Herkunftsbezeichnung</p> <p>Für das Muotatal wird eine Herkunftsbezeichnung entwickelt mit einem Logo, welches alle Anbieter im Muotatal benützen können zur Auszeichnung ihrer Produkte und Dienstleistungen. Damit soll die Region bekannt gemacht werden. Gleichzeitig soll die bereits vorhandene Bekanntheit des Muotatal verstärkt für die Vermarktung genutzt werden können. Die Herkunftsbezeichnung ist vorerst an keinen engen Kriterienkatalog gebunden. Die Möglichkeit steht offen, diesen in einer späteren Phase einzuführen und somit ein Label für regionale Produkte zu schaffen. Die Erarbeitung der Herkunftsbezeichnung erfolgt in Zusammenarbeit mit dem Projekt 5.3 «Landwirtschaft stärken».</p> <p>«Naturhus»</p> <p>Die bereits seit längerer Zeit im Muotatal entwickelte Idee eines «Naturhus Muotatal» wird als Schlüsselprojekt anvisiert. Das «Naturhus» soll Auskunft- und Informationszentrum für das gesamte Muotatal werden. Eine Ausstellung zu Natur, Landschaft, Geschichte, Kultur und Ökonomie der Region bildet den Kern des «Naturhus». Zudem bildet das Haus eine Anlaufstelle für Touristen, um sich über die Angebote des Muotatals zu informieren. Im Rahmen des Regio Plus-Projekts soll ein Betriebs- und Finanzierungskonzept erstellt werden.</p> <p>Projektleitung</p> <p>Die Projektleitung des Kompetenzzentrums nimmt zugleich die Gesamtleitung des Projekts «Üses Muotital» wahr. Die Person ist zuständig für die Leitung, Koordination und Administration des gesamten Projekts «Üses Muotital». Innerhalb des Kompetenzzentrums leitet die Projektleitung die Koordinations- und Austauschplattform, die verschiedenen Aktivitäten bezüglich Herkunftsbezeichnung und «Naturhus» sowie das gemeinsame Büro.</p> <p>Das Profil für einen künftigen Projektleiter legt die Trägerschaft fest. Die bezahlte Projektleitung dient der Professionalisierung von «Üses Muotital».</p>
Schlüsselprojekt(e)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ regionale Kooperationsstruktur ▪ Errichtung «Naturhus»
Mögliche Folgeprojekt(e)	

Vorgehen	<p>Alle relevanten Akteure beteiligen sich in der Koordinations- und Austauschplattform und erarbeiten zusammen einen Zielkatalog für eine touristische Entwicklung.</p> <p>Entsprechend den Bedürfnissen werden die Prioritäten gesetzt für das weitere Vorgehen.</p>
Marketing	Für die Tätigkeiten im Kompetenzzentrum wird vorerst kein Marketing betrieben. Die Herkunftsbezeichnung wird nicht zusätzlich vermarktet (da es sich dabei nicht um ein Label handelt) sondern dient selber als Marketinginstrument für Produkte aus dem Muotatal.
Stand der Arbeiten	<p>Die Idee der Koordinations- und Austauschplattform entstand – wie auch die meisten anderen Projekte aus «Üses Muotital» – in den Workshops, welche im Vorfeld dieser Projekteingabe durchgeführt wurden. An diesen Veranstaltungen waren bereits verschiedene mögliche Mitglieder der Plattform anwesend.</p> <p>Für das «Naturhus» wurden bereits verschiedene Ideen entwickelt, auf welchen aufgebaut werden kann.</p>
Mögliche Etappierung	In der Koordinations- und Austauschplattform können die Arbeiten etappiert werden.
Erfolgschancen	<p>Da sich verschiedene touristische Vertreter für den Aufbau einer Koordinations- und Austauschplattform eingesetzt haben (vgl. «Stand der Arbeiten»), stehen die Erfolgschancen für die Plattform gut.</p> <p>Den Erfolg für die Herkunftsbezeichnung ist schwierig abzuschätzen. Es hängt davon ab, wie viele Anbieter aus dem Muotatal von ihr Gebrauch machen. Aufgrund von Erfahrungen aus anderen Regionen (z.B. dem Toggenburg) wird jedoch davon ausgegangen, dass das Interesse des Gewerbes für die Herkunftsbezeichnung gross ist.</p> <p>Das «Naturhus» ist bereits ein seit längerem verfolgtes Projekt und wird von der Region getragen. Es bestehen gute Chancen auf eine erfolgreiche Umsetzung dieses Zentrums.</p>
Räumlicher Wirkungsbereich	<p>Die Benutzung der Herkunftsbezeichnung ist für das ganze Muotatal bestimmt. Die Wirkung soll über das Tal hinaus erfolgen.</p> <p>Die Arbeiten in der Plattform und beim «Naturhus» beziehen sich im Wesentlichen auf das Muotatal. Die Wirkung soll über das Tal hinaus erzielt werden.</p>
Auswirkungen auf Arbeitsmarkt, Wirtschaftsstruktur, Natur und Landschaft	<p>Das Kompetenzzentrum soll sich längerfristig positiv auf den Arbeitsmarkt auswirken. Stellen werden direkt beim Tourismusbüro und bei der Projektleitung geschaffen. Die Herkunftsbezeichnung soll sich indirekt positiv auf die regionale Wertschöpfung und somit auch auf den Arbeitsmarkt auswirken. Auch mit dem Naturhus werden längerfristig Arbeitsplätze geschaffen.</p> <p>Positiv auf die Umwelt wirkt sich die Umsetzung des Verkehrsleitbildes aus (durch die geplante Verminderung des motorisierten Individualverkehrs) sowie die Ausstellung im «Naturhus» (durch die Sensibilisierung der Gäste für Natur und Landschaft und deren Schutz).</p>
Modellcharakter	Die Absicht der verschiedenen touristischen Anbieter des Muotatals, gemeinsam am gleichen Strick zu ziehen und sich kooperativ in die gleiche Richtung zu entwickeln ist innovativ. Die Umsetzung dieser Absicht – die Koordinations- und Austauschplattform, die Herkunftsbezeichnung und das «Naturhus» - hat Modellcharakter.

Bemerkungen	Die Projekte in diesem Bereich bilden die Basis und den Rahmen für die anderen Projekte. Erst die Koordination und die Zusammenarbeit ermöglichen eine zielgerichtete Entwicklung der Region.	
Mögliche Akteure	Gemeinden Muotathal, Illgau, Morschach, Verkehrsverein Muotathal, Illgau und Stoos, erlebniswelt muotathal GmbH, Trekking Team AG, Stoos-Bahnen, Wirteverein, Haus St. Karl, Antoniushaus Mattli, Oberallmeindkorporation, Umweltverbände, Bauernvereinigung, Gewerbeverein, Swiss Knife Valley AG, Schwyz-Tourismus, Auto AG Schwyz	
Leitung Teilprojekt	In der ersten Phase liegt die Koordination und Leitung bei Emil Gwerder, erlebniswelt muotathal GmbH.	
Teilprojektmitglieder	Peter Draganits (Trekking Team AG), Markus Schelbert (Wirteverein Muotathal), Franz Xaver Strüby (Delegierter des Verwaltungsrates Sportbahnen Schwyz-Stoos-Fronalpstock AG), Harry Ziegler (Neue Schwyzer Zeitung)	
Projektkosten (anrechenbar)	Koordinations- & Austauschplattform	439'000.-
	Leitbild Lebens- & Wirtschaftsraum	4'000.-
	Kommunikation & Information	105'000.-
	Herkunftsbezeichnung «Naturhus»	48'000.- 43'000.-
	Total	639'000.-
Projektkosten (nicht anrechenbar)	Kosten für das Tourismusbüro und den Bau des «Naturhus»	2'000'000.-
Finanzierung	Bund, Kanton, Gemeinden Muotathal, Illgau, Morschach, Verkehrsverein Muotathal, Illgau und Stoos, erlebniswelt muotathal GmbH, Trekking Team AG, Swiss Knife Valley AG, Schwyz-Tourismus.	

Arbeitsprogramm		Zeitprogramm																									
		2003			2004			2005			2006			2007		2008		2009									
Projektbaustein		Jan	Apr	Jul	Okt	Jan	Feb	März	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez	Jan	Feb	Jul	Jan	Jul	Jan	Jul	Jan	Jul	
1	Kompetenzzentrum																										
1.1	Koordinations- & Austauschplattform																										
1.1.1	Aufbau Gesamtprojektleitung																										
	Aufgabenteilung klären																										
	Projektleiter einsetzen																										
	Projektbegleitung externes Büro																										
	Finanzbereich organisieren																										
	Sekretariat besetzen																										
	Controlling organisieren																										
1.1.2	Betrieb																										
	Aufgaben Projektleiter																										
	projekinterne Koordination & Kommunikation																										
	Aufgaben externe Projektbegleitung																										
	Aufgaben Sekretariat																										
	Aufgaben Finanzbereich																										
	Aufgaben Controlling																										
	Projektplattform																										
1.2	Leitbild Lebens- & Wirtschaftsraum																										
1.2.1	Grundaussichtung																										
	Zieldefinition																										
	Mitglieder Arbeitsgruppe definieren																										
	Grundlagen erarbeiten																										
1.2.2	Bereich Tourismus & Verkehr																										
	Bestandesaufname																										
	Konzept erarbeiten																										
	Massnahmen ableiten																										
	Umsetzung																										
	Weiterentwicklung																										
1.3	Kommunikation & Information																										
1.3.1	Kommunikations- & Informationskonzept																										
	Kommunikationsinhalte definieren (Was?)																										
	Rollen definieren (Wer?)																										
	Kommunikationswege definieren (Wie? Wann?)																										
1.3.2	Erscheinungsbild (Logo, Farben, Schrift)																										
	Informationsmittel																										
	Medienkontakte																										
	World Wide Web																										
	Konzept																										
	Betrieb																										
	Publikationen																										
	Konzept																										
	Umsetzung																										
	öffentliche Veranstaltungen																										

5.2. Projektbaustein «Landschafts- & Naturwerte erleben»

Ausgangslage	<p>Zwischen hügeligem Vorland und den hochalpinen Zentralalpen liegend hat das Tal der Muota, begünstigt durch Topografie, Geologie und Klima, verschiedenste, zum Teil einmalige Landschafts- und Naturwerte aufzuweisen. Diese Werte sind sowohl grossflächig als auch in Einzelobjekten ober- wie auch unterirdisch anzutreffen. Die Art der wirtschaftlichen Entwicklung im Tal und die ausgeübte Form der land- und forstwirtschaftlichen Nutzung führten dazu, dass diese Landschafts- und Naturwerte grösstenteils intakt geblieben sind.</p> <p>Zentrale Werte sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ das Gebiet der Silberer (im BLN-Inventar aufgeführt als eine der grossartigsten Karstlandschaften der Schweiz) ▪ das Gebiet der Bödmeren (mit dem grössten echten Fichten-Urwald Westeuropas) ▪ das Hölloch (gehört zu den grössten Karsthöhlensystemen der Welt) ▪ die Glattalp (Flachmoor von nationaler Bedeutung und Karstgebiet) ▪ das Wasserregime (niederschlagsreich und Karstquellen) ▪ Hoch- und Flachmoore von nationaler Bedeutung ▪ Intakte Natur- und Kulturlandschaften
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Landschaft- und Naturwerte sollen in ihrer Ursprünglichkeit den Gästen und Einheimischen des Muotatals bekannt sein und als Kapital genutzt werden können. Das Wissen um das Potenzial von Landschaft und Natur sichert deren langfristige Erhaltung. ▪ In Produkten werden alle prägenden Faktoren der Natur- und Kulturlandschaft beschrieben (Geschichte, Kultur, Ökonomie und Ökologie). ▪ Die Informationen zu den Landschafts- und Naturwerten sind so aufgearbeitet, dass sie nach aussen kommuniziert werden können. ▪ Die Aufarbeitung und das Zugänglichmachen relevanter Informationen soll Basis und Rahmen bieten für eine weitere Angebotsentwicklung. ▪ Das Bewusstsein der einheimischen Bevölkerung für Natur- und Naturwerte wird gefördert. ▪ Bestehende Produkte werden ausgebaut. Neue visionäre Produkte erarbeitet und zum «Erleben» den Gästen angeboten.

Startprojekt(e)	<p>Als Medium, um alle Informationen zugänglich zu machen, entsteht eine zweiteilige Publikation:</p> <p>Teil 1: Grundlagen:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Landschaft (Lage und Besonderheiten) ▪ Natur (Bödmeren, Moore, Auen, Flora und Fauna) ▪ Geologie (Hölloch, Karst, Wasserhaushalt) ▪ Geschichte (Siedlungsgeschichte, Suworow, Entstehung und Bedeutung der Oberallmeindkorporation) ▪ Kultur (Bauten, Musik, Brauchtum, Sagen) ▪ Ökonomie (Gewerbe, Land-, Alp- und Forstwirtschaft) ▪ Bibliografie zum Muotatal ▪ Natur- und Kulturlandschaft (Darstellung der wechselseitigen Beeinflussung) <p>Teil 2: Serviceteil:</p> <p>Er beinhaltet nützliche Angaben für den Tages- und Mehrtagesgast, für Sommer- und Winteraktivitäten, Individual- und Gruppenreisende. Es ist zu prüfen, in welcher Form der schnelllebige Serviceteil gestaltet werden soll. Ebenfalls zu prüfen ist, in welcher Form der Einsatz des Internets für diesen Serviceteil möglich und sinnvoll ist.</p>
Schlüsselprojekt(e)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ «Muotitaler Erlebnistage» Ausarbeitung eines konkreten Produktes, um Natur- und Kulturlandschaft «erleb- und spürbar» zu machen.
Mögliche Folgeprojekt(e)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Abklärung Machbarkeit Regionaler Naturpark ▪ Fortlaufende Entwicklung und Umsetzung von visionären Produkten
Vorgehen	<p>Konzept für die Publikation entwerfen</p> <p>Zusammentragen und Sichten des vorhandenen Materials</p> <p>Ausarbeiten der Inhalte</p> <p>Druck und Marketing</p>
Marketing	<p>Start- und Schlüsselprojekte werden vom Kompetenzzentrum (Themenbereich 5.1 vermarktet).</p>
Stand der Arbeiten	<p>Nationale und kantonale Inventare für einzelne Objekte sind vorhanden.</p> <p>Umfangreiche Literatur ist verfügbar.</p> <p>Je nach Objekt bestehen bereits Konzepte und Nutzungen, so vor allem für das Hölloch.</p>
Mögliche Etappierung	<p>Es wird keine Etappierung vorgenommen. Der Auftritt im Internet wird parallel zur Publikation mit den zwei Teilen (Grundlagen, Serviceteil) vorbereitet.</p>
Erfolgschancen	<p>Durch die schweiz-, zum Teil europaweite Einmaligkeit einzelner Landschafts- und Naturwerte hat die Positionierung des Muotatals als naturnaher und ursprünglicher Erholungsraum gute Erfolgschancen. Der Name Muotatal und Begriffe wie Hölloch und Bödmeren-Urwald sind weit über die Region hinaus bekannt und haben eine anziehende Ausstrahlung. Zudem liegt das Gebiet in der Nähe von grösseren Ballungsräumen, zu denen es einen markanten Kontrast bildet.</p>

Räumlicher Wirkungsbereich	Die grossen Objekte liegen vor allem im hinteren (östlichen) Bereich des Tales. Kleinere und Einzelobjekte finden sich jedoch über die ganze Region, so dass sie in verschiedene touristische Angebote integriert werden können.	
Auswirkungen auf Arbeitsmarkt, Wirtschaftsstruktur, Natur und Landschaft	Besinnung und vermehrtes Abstützen auf die Landschafts- und Naturwerte und die Bekanntmachung dieser bringen Touristen ins Tal. Davon profitieren alle touristischen Anbieter und indirekt die ansässige Bevölkerung. Durch Nischenprodukte im Tourismus kann z.B. in der Landwirtschaft Nebenerwerb geschaffen werden. Da die Vielfalt des Muotatals nicht in einem Tag erlebt werden kann, profitieren auch Gastronomie und Hotellerie von vermehrten Frequenzen.	
Modellcharakter	Häufig sind dort, wo die erschwerten Produktionsbedingungen ein wirtschaftliches Überleben erschweren, die Landschafts- und Naturwerte besonders spektakulär und intakt. Daher lassen sich das Inwertsetzen und der nachhaltige Nutzen dieser Werte auch auf andere Rand- und Bergregionen übertragen.	
Bemerkungen	Die für die Publikation zusammengetragenen und aufgearbeiteten Grundlagen sind Basis für die Ausbildung zum Gästebegleiter im Themenbereich 5.5 und für allfällige Ausstellungen in einem «Naturhus» im Themenbereich 5.1.	
Trägerschaft	Übergeordnete Trägerschaft mit professioneller Gesamtprojektleitung. Zentral sind die touristischen Anbieter im Bereich Erlebnis- und Abenteuer-tourismus (erlebnisswelt muotathal GmbH, Trekking Team AG), Landbesitzer (Oberallmeind-korporation Schwyz), Umweltverbände und die Gastronomie.	
Mögliche Akteure	Tourismusanbieter, kulturell / historisch ausgerichtete Gruppen, Gewerbe, Forst- und Landwirtschaft, Umweltverbände	
Leitung Teilprojekt	In der ersten Phase liegt die Koordination und Leitung bei Walter Imhof (Lehrer), Muotathal	
Teilprojektmitglieder	Peter Betschart (Lehrer), Kaplan Alois Gwerder (Historiker), Markus Gwerder (Jurist), Felix Lüscher (Oberallmeindkorporation Schwyz – Bereichsleiter Wald)	
Projektkosten (anrechenbar)	Publikation	77'000.-
	Produkt «Muotitaler Erlebnistage»	20'000.-
	Total	97'000.-
Projektkosten (nicht anrechenbar)	Produkt «Muotitaler Erlebnistage»	15'000.-
Finanzierung	Bund, Kanton, Oberallmeindkorporation, Tourismusanbieter, kulturell / historisch ausgerichtete Gruppen, Gewerbe, Forst- und Landwirtschaft, Umweltverbände, erlebnisswelt muotathal GmbH, Trekking Team AG.	

Arbeitsprogramm		Zeitprogramm																									
		2003			2004			2005			2006			2007		2008		2009									
Projektbaustein		Jan	Apr	Jul	Ok	Jan	Feb	Mrz	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Ok	Nov	Dez	Jan	Feb	Jul	Jan	Jul	Jan	Jul	Jan	Jul	
2	Landschafts- & Naturwerte erleben																										
2.1	Publikation																										
2.1.1	Zieldefinition																										
2.1.2	Bedarfsklärung																										
2.1.3	Konzept																										
	Bestandesaufnahme																										
	Inhalte																										
	Erscheinungsform																										
	Marketing																										
2.1.4	Ausarbeitung																										
2.1.5	Umsetzung																										
	Printprodukte																										
	World Wide Web																										
2.1.6	Marketing																										
2.1.7	Weiterentwicklung																										
2.2	Produkt "Muotitaler Erlebnisfest"																										
2.2.1	Zieldefinition																										
2.2.2	Konzept																										
2.2.3	Umsetzung																										
2.2.4	Weiterentwicklung																										
2.3	Weitere Aufgaben																										
2.3.1	projekinterne Information & Koordination																										

5.3. Projektbaustein «Landwirtschaft stärken»

Ausgangslage	Der Strukturwandel in der Landwirtschaft macht auch vor dem Muotatal nicht Halt. Die Landwirte des Tals wollen künftig gemeinsame Strategien entwickeln, um die Kosten und den Aufwand beim Absatz der landwirtschaftlichen Produkte zu minimieren.
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Durch Verringerung des Aufwandes und Optimierung der Vermarktung landwirtschaftlicher Produkte soll die Landwirtschaft gestärkt werden. ▪ Das Potenzial der landwirtschaftlichen Produktion und Vermarktung soll optimal genutzt werden. ▪ Die Landwirtschaft erhält Instrumente, um ihre Produkte zu vermarkten.
Startprojekt(e)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bildung einer Produzentenorganisation, die sich dem Absatz, der Logistik und Vermarktung von Produkten aus dem Muotatal annimmt.
Schlüsselprojekt(e)	
Mögliche Folgeprojekt(e)	<p>Umsetzung Verkaufsstelle (im und / oder ausserhalb des Tals)</p> <p>Die Entwicklung einzelner touristischer Angebote auf dem Bauernhof sollen nicht direkt in Regio Plus eingebunden werden. Denkbar wäre ein thematisches Angebot, z.B. «Alperlebnis» (mit Übernachtung, Käsen und Mithelfen auf der Alp). Hierzu müssen jedoch die möglichen Akteure ihr Interesse bekunden. Unterstützung beim Aufbau von Angeboten bietet das Projekt 5.5 «Bewusstsein & Bildung».</p> <p>In der Projektentwicklung wurde der Bereich Holz nie explizit bearbeitet. Eine Wertschöpfungskette Holz vom Holzeinschlag bis zum Produkt beim Endkunden könnte jedoch bei Interesse auf einem anderen Weg angegangen werden.</p>
Vorgehen	<p>Produzenten und möglich Abnehmer aus dem Tal befassen sich mit Chancen und Risiken einer Produzentenorganisation. Sie definieren ihre Bedürfnisse und stellen Informationen zu ihren Produkten zusammen (Bestandesaufnahme).</p> <p>Eine Arbeitsgruppe bearbeitet anschliessend folgende Punkte:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aufgaben (Logistik, Vermarktung) - Organisationsstruktur (Zusammensetzung, Funktionen) - Erarbeitung einer Herkunftsbezeichnung (in enger Verbindung mit den Aktivitäten des Kompetenzzentrums). <p>Mögliche Produkte:</p> <ul style="list-style-type: none"> - koordinierte Vermarktungsstruktur - Produktelisten / Prospekte - Herkunftsbezeichnung (Logo / Name) - mögliche Kooperation mit Schweizerischem Milchproduzentenverband SMP («alpkäse») und der Schweizerischen Arbeitsgemeinschaft für die Berggebiete SAB («Bergmarke»)
Marketing	Das Schwergewicht des Projekts «Landwirtschaft stärken» liegt hauptsächlich beim Marketing landwirtschaftlicher Produkte.
Stand der Arbeiten	Die Landwirte arbeiten bereits in verschiedenen Belangen zusammen (beispielsweise Alp-Korporationen oder Vernetzungsprojekt). Im Bereich Produzentenorganisation stehen die Arbeiten noch am Anfang. Eine Arbeitsgruppe für den Projektbaustein «Landwirtschaft stärken» wurde gebildet.
Mögliche Etappierung	Die Möglichkeiten der Etappierung der Arbeiten können zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht abgeschätzt werden, da die Produkte zuerst genau abgeklärt und definiert werden müssen.

Erfolgchancen	Der traditionelle Alpchäsmärcht stösst jedes Jahr auf eine sehr grosse Nachfrage. Es besteht die Chance, durch die geplanten Massnahmen die Muotataler Produkte allgemein bekannter zu machen, den Absatz zu vergrössern und den Aufwand für die einzelnen Bauern zu verringern.	
Räumlicher Wirkungsbereich	In der Produzentenorganisation beteiligen sich die Landwirte aus dem Muotatal. Falls die Beteiligten es als sinnvoll erachten, kann der Perimeter der beteiligten Landwirte erweitert werden.	
Auswirkungen auf Arbeitsmarkt, Wirtschaftsstruktur, Natur und Landschaft	Mit dem Projekt «Landwirtschaft stärken» sollen die Kosten für die Bauern zur Vermarktung ihrer Produkte gesenkt werden, was die Erhaltung der Arbeitsplätze in der Landwirtschaft erleichtern kann. Eine Stärkung der Landwirtschaft wirkt sich längerfristig durch den Erhalt der Kulturlandschaft positiv auf Natur und Landschaft aus.	
Modellcharakter	Die Landwirtschaft ist zunehmend auf sich selbst gestellt und gefordert, wettbewerbsfähig am Markt teilzuhaben. Eine Möglichkeit zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit besteht im Senken des Aufwandes durch effizienten Vertrieb und Vermarktung der landwirtschaftlichen Produkte. Das Projekt kann auf andere Regionen übertragen werden.	
Bemerkungen	Da Käse wahrscheinlich das Hauptprodukt einer solchen Produzentenorganisation sein wird, könnte die Organisation aus der bestehenden Struktur des Alpchäsmärchts hervorgehen.	
Mögliche Akteure	Landwirte, Molkerei, Metzgereien, Lebensmittelladen, Gastronomie, Tourismusanbieter	
Leiter Teilprojekt	In der ersten Phase liegt die Koordination und Leitung bei Theo Pfyl (Meisterlandwirt, IG Alpkäsemarkt Muotathal).	
Teilprojektmitglieder	Pius Betschart (Dorfmolkerei Muotathal), Franz Bürgler (Landwirt Illgau), Richard Föhn (Betriebsökonom), Markus Heinzer (Dorfmetzgerei Muotathal)	
Projektkosten (anrechenbar)	Vermarktung & Logistik	47'000.-
	Produzentenvereinigung	30'000.-
	Total	77'000.-
Projektkosten (nicht anrechenbar)		
Finanzierung	Bund, Kanton, Bauernvereinigung, einzelne Molkereien, Metzgereien, Lebensmittelladen, Gastronomie, Tourismusanbieter.	

Arbeitsprogramm	Zeitprogramm																	
	2003			2004			2005			2006			2007		2008		2009	
	Jan	Apr	Jul	Okt	Jan	Jul	Jan	Apr	Jul	Jan	Apr	Jul	Jan	Jul	Jan	Jul	Jan	Jul
Projektbaustein																		
3 Landwirtschaft stärken																		
3.1 Vermarktung & Logistik																		
3.1.1 Zieldefinition																		
3.1.2 Bedarfsklärung																		
3.1.3 Bestandaufnahme																		
3.1.4 Kooperationen aufbauen																		
3.1.5 Vermarktung																		
3.1.6 Logistikzentrum																		
Machbarkeit klären																		
Umsetzung																		
3.2 Produzentenvereinigung																		
3.2.1 Zieldefinition																		
3.2.2 Bedarfsklärung																		
3.2.3 Inhalte definieren																		
mögliche gemeinsame Basis																		
mögliche Ergänzungen																		
3.2.4 Struktur bilden																		
3.3 Herkunftsbezeichnung																		
3.3.1 Bedürfnisse definieren																		
3.3.2 Abstimmung Aktivitäten Projektbaustein 1																		
3.3.3 Umsetzung																		
3.4 Weiterentwicklung																		
3.4.1 neue Produkte																		
3.5 Weitere Aufgaben																		
3.5.1 projektinterne Information & Koordination																		

5.4. Projektbaustein «Kultur & Besinnung»

Ausgangslage	<p>In der schnelllebigen Zeit von heute verspüren viele Menschen das Bedürfnis, sich für einige Tage zurückziehen zu können und sich für Ruhe und Besinnung Zeit zu nehmen.</p> <p>Das Muotatal eignet sich durch seine Lage und die ursprüngliche Naturlandschaft ausgezeichnet für einen Rückzug aus dem hektischen Alltag. In den katholischen Bildungsstätten Haus St. Karl in Illgau und dem Antoniushaus Mattli in Morschach sowie dem Frauenkloster St. Josef in Muotathal, welches über freie Raumkapazitäten verfügt, können Gäste aufgenommen werden. Die Gäste sollen eine ganzheitliche Erholung geniessen durch Ruhe, Besinnung, Wandern und Kulturangebote.</p> <p>Die drei Institutionen orientieren sich an den Ideen des Heiligen Franziskus von Assisi.</p>
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Im Muotatal sollen «Oasen der Stille» Entspannung und Besinnung bieten für Besucher aus den Agglomerationen. ▪ Das Vermitteln der reichen Kultur und des grossen Brauchtums tragen zu einer positiven Identifikation mit der Region bei. ▪ Die ertümliche Kraft der Landschaft und der Natur sollen durch angepasste, thematische Wanderungen erfahrbar gemacht werden und die Besinnung unterstützen. Leitmotto ist: Kraft und Ursprünglichkeit sanft erleben ▪ Die Angebote sollen Individualreisenden und Gruppen offen stehen.
Startprojekt(e)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ «Oasen der Stille»: Klosteraufenthalt / Aufenthalt in Bildungsstätten mit: <ul style="list-style-type: none"> - Ruhe und Abgeschiedenheit - Teilnahme an klösterlichen Leben / an Veranstaltungen und Kursen. ▪ Kulturangebote wie historische / kulturhistorische Führung, Konzerte im Klostergarten, Ausstellungen und Veranstaltungen im Ökonomiegebäude des Klosters. ▪ Kräutergarten mit Kräuterlehrpfad im Garten des Klosters St. Josef; Kräuterverkauf ▪ asiatisches Meditationsprogramm
Schlüsselprojekt(e)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zwischen dem Antoniushaus in Morschach, dem Haus St. Karl in Illgau und dem Kloster St. Josef Muotathal wird ein Weg in drei Etappen angelegt, der inhaltlich dem franziskanischen Sonnengesang folgt. Mit Installationen in der Landschaft werden dem Wanderer auf dem Weg Gedankensplitter aus dem Sonnengesang mitgegeben. Ziel des «Sonnenweges» ist es: <ul style="list-style-type: none"> - Spuren des Franziskus entdecken - Einblick in die Ideenwelt von Franziskus geben - die Sinne schärfen für Naturobjekte und Landschaft - Einladung zur Übernachtung in den franziskanischen Häusern
Mögliche Folgeprojekt(e)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Wandervorschläge zu thematischen Schwerpunkten (z.B. meditativer Weg zur Lourdesgrotte, dem Lauf des Wassers folgen (Muotaweg)) ▪ Reaktivierung eines Sodbrunnens im Areal des Klosters
Vorgehen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Schnittstellen zu bestehenden Angeboten definieren. ▪ Bestehende Angebote ergänzen und neue entwickeln ▪ Wandervorschläge zu thematischen Schwerpunkten ausarbeiten ▪ Kulturangebote: bestehende Angebote integrieren, nach Bedarf neue entwickeln (Tages-, Halbtages-, Abendprogramm)

Marketing	Die Angebote werden hauptsächlich über bestehende Kanäle und über das Internet vermarktet (alle drei Institutionen verfügen bereits über einen Web-auftritt). Zudem werden die Prospekte über die Kanäle der Tourismusorganisa-tionen an die Gäste gebracht.
Stand der Arbeiten	Das Frauenkloster ist an der Bearbeitung eines Prospektes für das Angebot eines «Einkehrhauses», in dem Individualreisende einige Tage zur Besinnung und möglicher Teilnahme an Gebeten im Kloster verbringen können Das Haus St. Karl und das Antoniushaus Mattli verfügen bereits über umfang-reiche Angebote an Seminare und Kurse. Die Verbindung der drei Einrichtungen muss noch hergestellt werden. Leute für die Leitung von Führungen im Dorf zu Kunst, Kultur und Geschichte sind bereits rekrutiert. Sie werden diesen Herbst angeleitet, so dass das Ange-bot im nächsten Jahr starten kann. Die erste Etappe des Sonnenwegs ist bereits festgelegt. Der genaue Verlauf der weiteren Etappen soll diesen Herbst und im nächsten Frühjahr bei Begehungen bestimmt werden.
Mögliche Etappierung	Im Kloster besteht bereits ein Angebot für Gruppen. Dieses kann ergänzt wer-den. Neu soll auch ein Angebot für Individualreisende entstehen. Die Etappie-rung orientiert sich auch an den Kapazitäten der beteiligten Institutionen (z.B. Klostersgemeinschaft).
Erfolgschancen	Die Erfolgschancen werden als gut eingeschätzt, weil die Nachfrage nach der-artigen Angeboten erfahrungsgemäss vorhanden ist. Da die Infrastrukturen vor-handen sind, sind die Investitionskosten für das Projekt relativ tief.
Räumlicher Wirkungsbereich	Das Frauenkloster und das Haus St. Karl liegen im Muotatal (Gemeinde Muota-thal beziehungsweise Gemeinde Illgau), das Antoniushaus Mattli liegt in der Gemeinde Morschach oberhalb des Urnersees. Es wird somit eine Verbindung aus dem Muotatal hinaus geschaffen. Es besteht auch die Möglichkeit, längerfristig mit anderen religiösen Bildungs-stätten zusammenzuarbeiten.
Auswirkungen auf Arbeitsmarkt, Wirtschaftsstruktur, Natur und Landschaft	Die Angebote werden sich insbesondere im Kloster und den Bildungsstätten auf die Beschäftigung auswirken. Mit den (besinnlichen) thematischen Wanderun-gen werden die Gäste auf die Natur, Landschaft und Kultur des Muotatals sen-sibilisiert.
Modellcharakter	Da derzeit viele Klöster mit Nachwuchsproblemen konfrontiert sind, kann dieses Projekt auch andere Klöster animieren, die Infrastruktur anderweitig zu nutzen und auswärtigen Personen am Leben im Kloster teilhaben zu lassen.
Bemerkungen	
Mögliche Akteure	Frauenkloster St. Josef in Muotathal, Haus St. Karl in Illgau, Antoniushaus Matt-li in Morschach, Musikschule Illgau / Muotathal
Leiter Teilprojekt	In der ersten Phase liegt die Koordination und Leitung bei Walter Gwerder (Ver- ein Zukunft Muotathal).
Teilprojektmitglieder	Hans Peter Annen (St. Karl), Adolf Hediger (Verkehrsverein Muotathal), Marta Zwyszig & Philipp Tschümperlin (St. Antoniushaus Mattli), Norbert Kiechler (Kloster St. Josef), Robert Schmidig (Wirtschaftsförderung Muotathal), David Föhn & Josef Bürgler (Verkehrsverein Muotathal)

Projektkosten (anrechenbar)	«Oasen der Stille»	25'000.-
	«Sonnenweg»	25'000.-
	Kulturellhistorische Entdeckungen	17'000.-
	Total	67'000.-
Projektkosten (nicht anrechenbar)	«Sonnenweg»	150'000.-
Finanzierung	Bund, Kanton, Frauenkloster St. Josef in Muotathal, Haus St. Karl in Illgau, Antoniushaus Mattli in Morschach.	

Arbeitsprogramm		Zeitprogramm																									
		2003			2004			2005			2006			2007		2008		2009									
Projektbaustein		Jan	Apr	Jul	Okt	Jan	Feb	März	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez	Jan	Feb	Jul	Jan	Jul	Jan	Jul	Jan	Jul	
4	Kultur & Besinnung																										
4.1	Oasen der Stille																										
4.1.1	Zieldefinition																										
4.1.2	Bestandesaufnahme																										
4.1.3	Abstimmung der Angebote																										
4.1.4	gemeinsames Marketing																										
4.1.5	ergänzende Angebote entwickeln																										
4.2	Sonnenweg																										
4.2.1	Zieldefinition																										
4.2.2	Konzept																										
	Inhalte																										
	Wegführung																										
	Finanzierung																										
	Marketing																										
4.2.3	Umsetzung																										
	Ausführungsprojekt erarbeiten																										
	Bau / Beschilderung																										
4.2.4	Vermarktung																										
4.3	Kulturell-historische Entdeckungen																										
4.3.1	Zieldefinition																										
4.3.2	Bestandesaufnahme																										
4.3.3	Erarbeitung von Angeboten																										
4.3.4	Umsetzung																										
4.3.5	Vermarktung																										
4.4	Weitere Aufgaben																										
4.4.1	projektinterne Information & Koordination																										

5.5. Projektbaustein «Bewusstsein & Bildung»

Ausgangslage	<p>Der Tourismus im ländlichen Raum greift zunehmend in andere Branchen über, beispielsweise bei der Vermarktung der regionalen Produkte oder bei Angeboten auf dem Bauernhof. Durch den Aufbau entsprechender Angebote soll dieses Potenzial im Tourismus genutzt werden. Die neuen touristischen Anbieter hatten häufig nicht die Gelegenheit, sich im Bereich Angebotsaufbau, Kundenservice, Umweltpädagogik, Produkteinformation und Marketing schulen zu lassen. Eine entsprechende Ausbildung, welche mit angemessenem Aufwand zu absolvieren wäre, fehlt derzeit.</p> <p>Hingegen bestehen im Muotatal bereits verschiedene Anbieter von naturnahem Tourismus, welche intern eine Ausbildung für Touren- und ExkursionsleiterInnen anbieten. Dieses Know-how soll beim Aufbau des Projektbausteins «Bewusstsein & Bildung» eingebracht und die Ausbildung für Touren- und ExkursionsleiterInnen ausgebaut und professionalisiert werden.</p> <p>Das bereits bestehende Angebot im Bereich Naturerlebnis im Muotatal soll mit dem Projekt «Üses Muotital» noch erweitert werden. Um professionelle, marktgerechte und kreative Angebote zu schaffen, den Gästen kundengerecht und gastfreundlich zu begegnen und um Gruppen kompetent führen zu lernen wird das Projekt «Bewusstsein & Bildung» aufgebaut.</p> <p>Es sollen auch Weiterbildungsbedürfnisse anderer Berufsbranchen ausgebaut werden können, wie diese die Wirtschaftsförderungskommission der Gemeinde Muotathal (Wifö) bis anhin in kleinem Rahmen abgedeckt hat.</p>
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aufbau und Weiterentwicklung des Kurswesens für Personen, welche im engeren oder weiteren Sinn mit Besucher im Muotatal in Kontakt sind. Die Kursteilnehmenden können nach eigener Wahl Kurse besuchen und sich so die für sie hilfreichen Kompetenzen aneignen. ▪ Erfassen von Stärken und Schwächen im Umgang mit BesucherInnen. ▪ Ausbildung von professionellen Exkursions- und TourenleiterInnen ▪ Aufbauhilfe von für das Muotatal neuen naturnahen (agro-) touristischen Angeboten ▪ Sensibilisierung für Anliegen der Gäste (inkl. Kundenservice, Gastfreundschaft) ▪ Vermittlung von Natur-, Landschafts- und Kulturwerten des Muotatals, welche den Gästen weitergegeben werden können
Startprojekt(e)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Bildungsplattform bietet ein übergreifendes Bildungsangebot für Personen, die mit Gästen in Kontakt treten. Die bestehenden Ausbildungsangebote werden weiterentwickelt und ins Gesamtprojekt «Bewusstsein & Bildung» integriert. Die Ausbildung ist modulartig aufgebaut mit thematisch in sich geschlossenen Kursen. Die Kurse richten sich sowohl an Exkursions- und TourenleiterInnen wie an Anbieter verschiedener Angebote im Tourismus (im weiteren Sinne). Das Kursangebot soll auch für Auswärtige offen stehen.
Schlüsselprojekt(e)	
Mögliche Folgeprojekt(e)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aufbau einer Qualitätskontrolle ▪ Erteilung eines Labels (z.B. «Üses Muotital»)

Vorgehen	<p>Bedürfnisabklärung</p> <p>Erstellen der Kursinhalte auf Grund der Abklärungen (Beispiele: Exkursionsdidaktik, Marketing, Kundenservice / Erwartungen der Gäste, Projektentwicklung, Angebotsaufbau, Brauchtum im Muotatal, Bedeutung des Wassers, Flora, Fauna, Höhlenführer, Rettungswesen)</p> <p>Organisation der Plattform für das Kurswesen</p> <p>Rekrutierung von KursleiterInnen</p> <p>Örtlichkeiten und Räumlichkeiten bereitstellen (für die ersten Jahre müssen Räumlichkeiten gesucht werden, später finden Organisation und Durchführung der Indoor-Kurse im «Naturhus» statt, vgl. 5.1.).</p> <p>Ausschreiben der Kurse</p> <p>Durchführung und Auswertung</p>
Marketing	Die Plattform wirbt je nach Kursangebot potentielle Zielgruppen wie touristischen Anbieter, Bauernverband, Gastronomie und Gewerbe.
Stand der Arbeiten	Wie erwähnt, besteht bereits ein Kursangebot von einzelnen touristischen Anbietern im Muotatal. Die Erfahrungen im Kurswesen fliessen in das Projekt «Bewusstsein & Bildung» ein. Auf einzelnen Kursen kann aufgebaut werden.
Mögliche Etappierung	<p>Aus dem Ergebnis der Bedürfnisabklärung wird möglicherweise eine Etappierung des Aufbaus im Kurswesen vorgenommen. Beispiel:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kurse für Exkursions- und TourenleiterInnen 2. Übergreifendes Kursangebot für Personen, welche im engeren und weiteren Sinn mit Gästen und Kunden zu tun haben. <p>Das Programm wird je nach Nachfrage beziehungsweise Bedürfnis ausgebaut, um den angestrebten Standard erreichen und beibehalten zu können.</p>
Erfolgschancen	<p>Aufgrund der bereits bestehenden naturnahen Angebote und der neu entstehenden kann auf eine Nachfrage nach einer derartigen Ausbildung gefolgert werden. Durch den modulartigen Aufbau können die Kurse den Bedürfnissen entsprechend frei zusammengestellt werden.</p> <p>Der Projektbaustein «Bewusstsein & Bildung» ist stark ausgerichtet auf die anderen Projekte von «Üses Muotital», insbesondere auf «Landschafts- & Naturwerte», «Landwirtschaft» und auf das «Kompetenzzentrum». Aus diesen Gründen stehen die Erfolgschancen dieses Projektbausteins gut.</p>
Räumlicher Wirkungsbereich	Die Kurse richten sich in erster Linie an Personen, welche im Wirkungsbereich des Projektes tätig sind. Das erworbene Wissen wird entsprechend in Angebote einfließen.
Auswirkungen auf Arbeitsmarkt, Wirtschaftsstruktur, Natur und Landschaft	<p>Bei naturnahen touristischen Angeboten handelt es sich häufig um eine Zusammenarbeit aus verschiedenen Wirtschaftszweigen. Die Angebote bieten vielfach einen Nebenerwerb in traditionellen Berufen. Natur, Landschaft und Kultur stehen im Zentrum der Angebote.</p> <p>Um einen Erfolg dieser Angebote zu gewährleisten, müssen die Anbietenden professionell ausgebildet sein. Das Projekt «Bewusstsein & Bildung» soll sich also indirekt positiv auf den Arbeitsmarkt auswirken, soll Wertschöpfung bringen, Natur und Landschaft erhalten sowie die Kultur beleben. Mit den Kursleitern wird sich das Projekt auch direkt positiv auf den Arbeitsmarkt auswirken.</p>

Modellcharakter	Die Idee, eine übergreifende Ausbildung allen direkt oder indirekt im Tourismus tätigen Personen anzubieten, ist modellhaft. Diese Ausbildung wird dezentral, also in der Region selbst, angeboten.	
Bemerkungen	Bezüglich Inhalte kann hier stark auf die im Themenbereich 5.2 erarbeiteten Grundlagen abgestützt werden. Die Zusammenarbeit mit anderen Bildungsanbietern (Fachhochschulen etc.) wird gesucht.	
Mögliche Akteure	erlebniswelt muotathal GmbH, Trekking Team AG, Gewerbeverein, Verkehrsverein, Bauernvereinigung	
Projektleitung	In der ersten Phase liegt die Koordination und Leitung bei Carlo Heinzer (erlebniswelt muotathal GmbH, Wifö Muotathal).	
Teilprojektmitglieder	Peter Betschart (Lehrer), Rolf Eichhorn (Wifö), Walter Imhof (Lehrer), Markus Zwysig	
Projektkosten (anrechenbar)	Aus- und Weiterbildung	100'000.-
	Total	100'000.-
Projektkosten (nicht anrechenbar)		
Finanzierung	Bund, Kanton, Gemeinden, erlebniswelt muotathal GmbH, Trekking Team AG, Gewerbeverein, Verkehrsverein, Bauernvereinigung.	

Arbeitsprogramm		Zeitprogramm																				
		2003			2004			2005			2006			2007		2008		2009				
Projektbaustein		Jan	Apr	Jul	Okt	Jan	Apr	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez	Jan	Feb	Jul	Jan	Jul	Jan	Jul	Jan	Jul
5	Bewusstsein & Bildung																					
5.1	Aus- und Weiterbildung																					
5.1.1	Zieldefinition																					
5.1.2	Bedarfsklärung																					
5.1.3	Konzept																					
	Bestandesaufnahme																					
	Module definieren																					
	Inhalte																					
	Marketing																					
5.1.4	Pilkkurse																					
	Dozenten organisieren																					
	Inhalte erarbeiten																					
	Unterrichtsmaterialien erarbeiten																					
	Örtlichkeiten																					
	Marketing																					
	Start																					
5.1.5	Betrieb																					
5.1.6	Weiterentwicklung																					
5.2	Weitere Aufgaben																					
5.2.1	projektinterne Information & Koordination																					

6. Verzeichnisse

6.1. Abkürzungsverzeichnis

OAK Schwyz	Oberallmeindkorporation Schwyz
REV Rigi - Mythen	Regionalverband Rigi - Mythen
SAB	Arbeitsgemeinschaft für die Berggebiete
SMP	Schweizer Milchproduzenten
Wifö	Wirtschaftsförderung Muotathal

6.2. Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Abb. 1.1: Das Muotatal mit den Gemeinden Illgau, Morschach (Stoos) und Muotathal.....	4
Abb. 2.1: Inhalt der fünf Teilprojekte.....	8
Abb. 2.2: Organigramm des Projekts «Üses Muotital».....	9
Tab. 2.1: Projektstrukturplan mit Arbeits- und Zeitplan für das ganze Projekt und die gesamte Projektdauer.	15
Tab. 2.2: Übersicht der Kosten im Regio Plus-Projekt «Üses Muotital» nach Projektteilen mit anrechenbaren und nicht-anrechenbaren Kosten.....	21
Abb. 4.1: Blick über das Muotatal Richtung Westen.....	27

6.3. Links

- Alpkäse (SMP)
<http://www.schweizeralpkäese.ch>
- Antoniushaus Mattli
<http://www.antoniushaus.ch>
- erlebniswelt muotathal GmbH
<http://www.erlebniswelt.ch/>
- Gemeinde Illgau
<http://www.illgau.ch/>
- Gemeinde Morschach
<http://www.morschach.ch/>
- Gemeinde Muotathal
<http://www.muotathal.ch/>
- Haus St. Karl
<http://www.stkarl.ch/>
- Kanton Schwyz
<http://www.sz.ch/>
- Oberallmeindkorporation Schwyz
<http://www.oak-schwyz.ch/>
- Regio Plus
<http://www.regioplus.ch/>
- Schweizer Milchproduzenten (SMP)
<http://www.swissmilk.ch/>

- Schweizerische Alpbetriebe Marketing-Inventar
<http://www.alporama.ch>
- Schweizerische Arbeitsgemeinschaft für die Berggebiete SAB
<http://www.sab.ch>
- Stoos
<http://www.stoos.ch>
- Swiss Knife Valley
<http://www.swissknifevalley.ch/>
- Trekking Team AG
<http://www.trekking.ch>

7. Anhang

A1.1 Zahlen zum Muotatal

Gemeinde	Einwohner 2002 ¹⁾		Zunahme 1980-2002		Einwohner 2002		Arbeitsstätten 2002		Beschäftigte				Gesamtfläche in ha				Davon Kulturland		Davon Wald		Landwirtschaft ²⁾					
	2002	%	1980-2002	%	2002	%	1. Sektor	2. Sektor	3. Sektor	Total	Total	in ha	in %	in %	0 - 5 ha	5 - 10 ha	10 - 20 ha	> 20 ha	Total	Haupt-erwerb	Neben-erwerb	Total	Haupt-erwerb	Neben-erwerb		
Illgau	763	48.4	48.4	70	54	70	54	95	50	64	209	1'089	24.8	24.8	2	2	14	14	10	28	23	28	23	5		
Morschach	883	39.7	39.7	38	93	38	93	88	12	425	525	2'344	15.0	15.0	5	11	14	14	5	35	28	35	28	7		
Muotathal	3'578	23.5	23.5	21	263	21	263	322	509	406	1'237	17'243	7.6	7.6	24	46	44	44	11	125	70	125	70	55		
Total	5'224	37.2	37.2	43	410	43	410	505	571	895	1'971	20'676	15.8	15.8	31	59	72	26	188	121	188	121	67	67		
Stoos	80							26	29	45	%								%		64			36		
¹⁾ Schwyzer Kantonalbank - Der Kanton Schwyz in Zahlen 2003 ²⁾ Bundesamt für Statistik: Daten des Primärsektors 2002 ³⁾ Bundesamt für Statistik																										

Ankünfte nach Gemeinden 1983 - 2003		1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Morschach		18'163	18'242	29'673	30'510	28'552	27'910	32'721	38'013	40'570	42'604	40'535	41'959	42'510	43'590	51'575	56'649	59'675	64'568	52'456	52'748	58'965
Muotathal		2'745	2'977	2'935	2'713	2'724	2'478	2'935	2'775	3'330	2'210	2'494	2'390	2'191	2'073	2'017	1'968	2'034	2'112	1'912	1'977	2'306
		20'908	21'119	32'608	33'223	31'276	30'388	35'656	40'788	43'900	44'814	43'029	44'349	44'701	45'663	53'592	0	61'709	66'680	54'368	54'725	61'271
Ankünfte Inland nach Gemeinden 1983 - 2003		1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Morschach		14'872	14'442	20'103	19'965	20'277	20'513	22'178	19'509	22'836	21'114	20'822	20'667	19'305	23'530	35'654	49'241	51'536	58'063	46'210	48'838	53'925
Muotathal		1'356	1'370	1'464	1'464	1'494	1'375	1'587	1'591	1'916	1'132	1'445	1'373	1'057	1'255	1'231	993	1'212	1'399	1'640	1'615	1'912
		16'228	15'812	21'805	21'429	21'771	21'888	23'765	21'100	24'752	22'246	22'067	22'040	20'362	24'785	36'885	0	52'748	59'462	47'850	50'453	55'837
Ankünfte Ausland nach Gemeinden 1983 - 2003		1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Morschach		3'291	3'800	9'570	10'545	8'275	7'397	10'543	18'504	17'734	21'490	19'913	21'292	23'205	20'060	15'921	7'408	8'139	6'505	6'246	3'910	5'040
Muotathal		1'389	1'507	1'233	1'249	1'230	1'112	1'348	1'184	1'414	1'078	1'049	1'017	1'134	818	786	975	822	713	272	362	394
		4'680	5'307	10'803	11'794	9'505	8'509	11'891	19'688	19'148	22'568	20'962	22'309	24'339	20'878	16'707	0	8'961	7'218	6'518	4'272	5'434
Vorhandene Gasbetten nach Gemeinden 1983 - 2003		1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Morschach		612	621	907	873	809	829	889	905	984	852	869	896	906	1'100	1'287	1'311	1'290	1'269	1'278	1'285	1'312
Muotathal		163	165	160	160	159	149	138	136	136	135	137	135	132	132	132	130	124	115	115	113	114
		775	786	1'067	1'033	968	978	1'027	1'041	1'120	987	1'006	1'031	1'038	1'232	1'419	0	1'414	1'384	1'393	1'398	1'426
Verfügbare Gasbetten nach Gemeinden 1983-2003		1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Morschach		486	465	759	669	663	696	715	773	732	681	701	708	734	877	1'069	1'070	1'086	1'079	1'086	1'094	1'094
Muotathal		154	156	157	140	135	128	114	114	114	111	111	114	107	106	104	107	96	92	88	86	83
		640	621	916	809	798	824	829	887	843	792	815	815	845	981	1'176	0	1'182	1'171	1'174	1'180	1'177
Übernachtungen nach Gemeinden 1983 - 2003		1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Morschach		68'512	66'059	97'377	96'666	92'799	83'452	96'716	95'285	93'717	98'294	92'922	96'064	93'113	109'984	155'983	148'504	154'126	147'493	128'169	116'764	130'380
Muotathal		8'629	8'050	9'818	7'546	9'765	8'767	8'109	8'240	8'589	6'638	6'771	8'028	5'749	5'741	5'002	5'489	5'471	5'156	4'503	3'743	4'442
		77'141	74'109	107'195	104'212	102'564	92'219	104'825	103'525	102'306	104'932	99'693	104'092	98'862	115'725	160'985	0	159'597	152'649	132'672	120'507	134'822
Übernachtungen Inland nach Gemeinden 1983 - 2003		1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Morschach		53'525	51'117	62'880	57'129	54'496	55'296	57'969	48'250	55'686	55'545	53'142	51'475	45'690	57'449	97'092	108'304	106'412	115'447	93'307	95'090	105'567
Muotathal		4'025	4'606	6'026	3'951	5'387	4'917	4'877	4'945	4'653	3'742	3'558	4'638	2'962	3'237	2'393	2'541	2'580	2'658	3'928	2'774	3'433
		57'550	55'723	68'906	61'080	59'883	60'213	62'846	53'195	60'339	59'287	56'700	56'113	48'652	60'686	99'485	0	108'992	118'105	97'235	97'864	109'000
Übernachtungen Ausland nach Gemeinden 1983 - 2003		1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Morschach		14'987	14'942	34'437	39'537	38'303	28'156	38'747	47'035	38'031	42'749	39'780	44'589	47'423	52'535	58'891	40'200	47'714	32'046	34'862	21'674	24'813
Muotathal		4'604	3'444	3'792	3'595	4'368	3'850	3'232	3'295	3'936	2'896	3'213	3'390	2'787	2'504	2'609	2'948	2'891	2'498	575	969	1'009
		19'591	18'386	38'289	43'132	42'671	32'006	41'979	50'330	41'967	45'645	42'993	47'979	50'210	55'039	61'500	0	50'605	34'544	35'437	22'643	25'822

Angaben Ilgau gemäss mündlicher Mitteilung Daniel Sturm, Verkehrsverein Ilgau

A1.2 Mitglieder Begleitgruppe – Projektentwicklung Juni – November 2003

- Baumgartner, Thomas Swiss Knife Valley AG, Kantonaler Tourismusverband, Auto AG Schwyz, Tarifverbund Schwyz
- Betschart, Pius Verkehrsverein Muotathal, Dorfmolkerei Muotathal
- Draganits, Peter Trekking Team AG
- Gwerder, Emil erlebniswelt muotathal GmbH, Geschäftsstelle Schwyzer Wanderwege
- Gwerder, Ferdi Gemeinderat Muotathal, Bauunternehmer
- Gwerder, Walter Alt-Gemeindepräsident Muotathal, Verein «Zukunft Muotathal»
- Heinzer, Carlo erlebniswelt muotathal GmbH
- Ming, Josef Schwyzer Umweltrat (Vertreter WWF), Landwirt
- Müller, Monica Schwyz Tourismus
- Pfyl, Theo Bauernverband, IG Alpkäsemarkt Muotathal
- Schelbert, Markus Wirteverein Muotathal
- Schelbert, Xaver Genossame Muotathal
- Sturm, Daniel Verkehrsverein Illgau
- Wyer, Josef REV Rigi – Mythen, Präsident

Fachliche Begleitung

- Bollhalder, Edith Alpenbüro Netz GmbH, Ausarbeitung Regio Plus-Dossier
- Forster, Stefan Alpenbüro Netz GmbH, Begleitung
- Marty, Peter Alpenbüro Netz GmbH, Begleitung, Ausarbeitung Regio Plus-Dossier

A2.1 Statuten des Trägervereins für das Regio Plus-Projekt «Üses Muotital»

	<u>Art. 1</u>
Name und Sitz	<p>Unter dem Namen «Üses Muotital» besteht ein Verein im Sinne von Art. 60 ff ZGB.</p> <p>Der Verein hat seinen Sitz am Arbeitsort des Projektleiters von «Üses Muotital».</p>
	<u>Art. 2</u>
Gründung des Vereins	<p>Der Verein wurde durch die Aufnahme von Mitgliedern anlässlich der Gründungsversammlung vom xxx gebildet. Diese genehmigten die Statuten.</p>
	<u>Art. 3</u>
Zweck	<p>Der Verein bezweckt die Förderung einer nachhaltigen Regionalentwicklung im Muotatal. Der Verein ergreift Initiativen für die Entwicklung der Region zur inneren Stärkung und Profilierung gegen aussen.</p> <p>Der Verein setzt sich für die Positionierung des Muotatals als eine naturnahe Erlebnisdestination ein.</p> <p>Der Verein sichert insbesondere die Umsetzung des Regio Plus-Projektes «Üses Muotital».</p> <p>Der Verein ist parteipolitisch und konfessionell neutral.</p>
	<u>Art. 4</u>
Mitgliedschaft	<p>Mitglieder des Vereins sind natürliche und juristische Personen sowie Korporationen des öffentlichen Rechts.</p> <p>Die Mitgliedschaft steht allen, unabhängig ihres Domizils, offen.</p> <p>Über die Mitgliedschaft entscheidet der Vorstand.</p>
	<u>Art. 5</u>
Aufnahme und Ausschluss Mitgliedern	<p>Mitglied des Vereins ist, wer die vom Vorstand für die von Aufnahme formulierten Voraussetzungen erfüllt.</p> <p>Der Vorstand kann ein Mitglied aus wichtigen Gründen ausschliessen. Dem Mitglied steht das Rekursrecht innert 30 Tagen an die Mitgliederversammlung offen.</p>

Finanzen	<p><u>Art. 6</u></p> <p>Der Verein finanziert sich wie folgt:</p> <ul style="list-style-type: none">a) durch Mitgliederbeiträgeb) durch Schenkungen und Legatec) durch Sponsoreinnahmend) durch Projektfinanzierungene) durch Erträge des Vereinsvermögensf) durch weitere Vereinsaktivitäten
Mitgliederbeitrag	<p><u>Art. 7</u></p> <p>Die Mitgliederbeiträge werden durch die Mitgliederversammlung festgesetzt. Diese können nach Kategorien differenziert werden und betragen für natürliche Personen im Maximum Fr. 100.-- und für juristische Personen und Korporationen im Maximum Fr. 1'000.--.</p>
Haftung	<p><u>Art. 8</u></p> <p>Für die Verbindlichkeiten des Vereins haftet nur dessen Vermögen. Eine persönliche Haftung der Mitglieder ist ausgeschlossen.</p>
Organisation	<p><u>Art. 9</u></p> <p>Die Vereinsorgane sind:</p> <ul style="list-style-type: none">a) die Mitgliederversammlungb) der Vorstandc) die Revisionsstelle <p>Das Vereinsjahr entspricht dem Kalenderjahr.</p>
Mitgliederversammlung	<p><u>Art. 10</u></p> <p>Die Mitgliederversammlung tritt jährlich nach Abschluss und Revision der Jahresrechnung, spätestens aber im zweiten Quartal des Vereinsjahres zusammen, um die ihr übertragenen Aufgaben wahrzunehmen. Die Einladungen sind 14 Tage vor dem Versammlungstermin unter Angabe der Traktanden den Mitgliedern zuzustellen. Der Vorstand lädt bei Bedarf zu einer ausserordentlichen Mitgliederversammlung ein. Eine ausserordentliche Mitgliederversammlung hat auf Beschluss des Vorstandes oder der ordentlichen Mitgliederversammlung auf begründeten Antrag von mindestens einem Drittel der Mitglieder oder auf Verlangen der Rechnungsrevisoren innerhalb von vier Wochen stattzufinden.</p>

Befugnisse	<p><u>Art. 11</u></p> <p>Die Mitgliederversammlung hat folgende Befugnisse:</p> <ul style="list-style-type: none">a) Wahl einer Präsidentin oder eines Präsidenten, der Vorstandsmitglieder und der Revisionsstelle.b) Abnahme der Jahresberichte des Vorstandes.c) Abnahme der Jahresrechnung, des Berichtes der Revisionsstelle und Entlastung des Vorstandes.d) Festlegung des Tätigkeitsprogrammese) Festsetzung der Jahresbeiträgef) Beschlussfassung über weitere vom Vorstand unterbreitete Anträgeg) Änderung oder Ergänzung der Statutenh) Auflösung des Vereins
Beschlussfassung	<p><u>Art. 12</u></p> <p>Die Mitgliederversammlung ist ungeachtet der Zahl der anwesenden Mitglieder beschlussfähig.</p> <p>Jedes an der Versammlung anwesende Mitglied hat eine Stimme.</p> <p>Beschlüsse der Mitgliederversammlung erfolgen durch das einfache Mehr der abgegebenen Stimmen; der/die Präsident/in ist stimmberechtigt. Bei Stimmengleichheit zählt die Stimme des/der Präsidenten/in doppelt. Vorbehalten bleiben Beschlüsse über Art. 11 g und h, die zu ihrer Gültigkeit mindestens zwei Drittel der anwesenden Mitgliederstimmen bedürfen.</p> <p>Der/die Präsident/in oder ein vom Vorstand bestimmtes Vorstandsmitglied hat den Vorsitz an der Mitgliederversammlung inne.</p> <p>Wahlen und Abstimmungen erfolgen mit offenem Handmehr. Der Vorstand kann ein schriftliches Wahlverfahren festlegen, ebenso kann ein Drittel der anwesenden Mitglieder ein schriftliches Wahlverfahren verlangen.</p> <p>Das Protokoll wird von einem Vereinsmitglied, das von der Präsidentin oder vom Präsidenten bestimmt wurde, geführt.</p>

Vorstand	<p><u>Art. 13</u></p> <p>Der Vorstand setzt sich aus maximal 13 Mitgliedern zusammen:</p> <table border="0"> <thead> <tr> <th style="text-align: left;">Vertreterinnen und Vertreter</th> <th style="text-align: right;">Anzahl</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>▪ Regionalverband Rigi - Mythen</td> <td style="text-align: right;">1</td> </tr> <tr> <td>▪ Gemeinden Illgau, Morschach und Muotathal</td> <td style="text-align: right;">3</td> </tr> <tr> <td>▪ Wirtschaft</td> <td style="text-align: right;">4</td> </tr> <tr> <td>▪ Interessengruppen (Natur; Kultur; andere)</td> <td style="text-align: right;">3</td> </tr> <tr> <td>▪ Bildungsbereich</td> <td style="text-align: right;">1</td> </tr> <tr> <td>▪ Weitere</td> <td style="text-align: right;">1</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td style="text-align: right;">13</td> </tr> </tbody> </table> <p>Er konstituiert sich mit Ausnahme der durch die Mitgliederversammlung vorzunehmenden Wahl des/der Präsidenten/in selbst.</p>	Vertreterinnen und Vertreter	Anzahl	▪ Regionalverband Rigi - Mythen	1	▪ Gemeinden Illgau, Morschach und Muotathal	3	▪ Wirtschaft	4	▪ Interessengruppen (Natur; Kultur; andere)	3	▪ Bildungsbereich	1	▪ Weitere	1	Total	13
Vertreterinnen und Vertreter	Anzahl																
▪ Regionalverband Rigi - Mythen	1																
▪ Gemeinden Illgau, Morschach und Muotathal	3																
▪ Wirtschaft	4																
▪ Interessengruppen (Natur; Kultur; andere)	3																
▪ Bildungsbereich	1																
▪ Weitere	1																
Total	13																
Befugnisse	<p><u>Art. 14</u></p> <p>Der Vorstand vertritt den Verein nach aussen. Sämtliche Befugnisse, die nicht durch die Statuten einem anderen Organ übertragen sind, stehen ihm zu. Er kann einen Ausschuss bestimmen.</p> <p>Für den Verein können der/die Präsident/in sowie der/die Aktuar/in rechtsverbindlich unterzeichnen. Die Unterschrift erfolgt kollektiv zu zweien.</p> <p>Der Vorstand tritt auf Einladung der/des Präsidenten/in unter Angabe der Traktanden zusammen, so oft es die laufenden Geschäfte erfordern. Die Beschlüsse erfolgen mit einfacher Mehrheit der anwesenden Mitglieder. Bei Stimmengleichheit zählt die Stimme des/der Präsidenten/in doppelt.</p>																
Geschäftsführung	<p><u>Art. 15</u></p> <p>Für die Geschäftsführung wird eine/n Projektleiter/in vom Vorstand gewählt und eingesetzt. Ein Pflichtenheft, welches vom Vorstand genehmigt wird, hält Kompetenzen und die Verantwortung der Projektleitung fest. Die Projektleitung bereitet die Traktanden für den Vorstand bzw. den Ausschuss vor.</p>																
Revision	<p><u>Art. 16</u></p> <p>Die Mitgliederversammlung wählt zwei Rechnungsrevisoren/innen sowie einen Ersatz, die nicht dem Vorstand angehören dürfen. Sie prüfen die Rechnungsführung und die Zweckerfüllung des Vereins.</p>																

Art. 17

Amtszeit

Die Amtsdauer der verschiedenen Vereinsorgane beträgt zwei Jahre. Sie beginnt mit der Mitgliederversammlung, anlässlich welcher die Wahl erfolgte, und endet mit der ordentlichen Mitgliederversammlung im übernächsten Jahr.

Art. 18

Schlussbestimmung

Wird im Sinne von Art. 11 h der Statuten die Auflösung des Vereins beschlossen, entscheidet die Mitgliederversammlung auf Vorschlag des Vorstandes über die Verwendung des Vereinsvermögens. Die Liquidation findet durch den Vorstand statt, unter Vorbehalt anders lautender Beschlüsse der Mitgliederversammlung.

Art. 19

Inkrafttreten

Die vorliegenden Statuten treten mit der Genehmigung durch die Gründungsversammlung vom xxx in Kraft.

Muotathal,

Der Präsident/die Präsidentin

A2.2 Sponsoringkonzept (Edwin Rudolf)

Ausgangslage

Zur Finanzierung des Projekts «Üses Muotital» sind auch Mittel aus der Wirtschaft erforderlich. Führende Unternehmen engagieren sich auf Grund ihrer Verpflichtung und der Verantwortung gegenüber der Gesellschaft immer mehr auch dem nichtkommerziellen Marketing - dem Non-Business-Marketing.

Bei vielen erfolgreich tätigen Schweizer Unternehmen zählt Sozial- und Öko-Sponsoring heute zum Kodex der Corporate Governance und ergänzt das eigentliche Sponsoring, das auf Leistung und Gegenleistung basiert.

Voraussetzung für eine Unterstützung ist dabei die Tragfähigkeit eines Konzeptes von gesellschaftlich relevanten und durchschaubaren Anliegen von grossem öffentlichem Interesse.

Ein optimaler Förderungs-Mix wird möglich durch die enge, effiziente Zusammenarbeit der öffentlichen Hand mit der Privatwirtschaft, mit Stiftungen und Gönnern.

Im Trend des Sponsoring-Marktes liegen starke Projekte mit den Wirkungszielen Schutz von Landschaft und Natur als Grundlage für ein nachhaltiges Leben und Wirtschaften – z. B. im Muotital.

Sponsoring-Zielgruppen

Für ein Sozial- und Öko-Sponsoring kommen nationale und regionale Unternehmen, Stiftungen und Private in Frage. Sie fördern das Projekt entweder durch ein Sponsoring-Engagement oder durch Vergabungen.

Zielgruppe 1:

Stiftungen:

mit Stiftungszweck Förderung von Landschaft und Natur o.Ä.

Zielgruppe 2:

Nationale Unternehmen wie Banken, Versicherungen, Energie, Verkehr, Detailhandel (Migros/Coop), Bauunternehmungen, EDV, Computer, Dienst-Leistungen wie Treuhand und Revision, Sportartikel-Branche, Gesundheitswesen, Medizinaltechnik, Maschinenindustrie, Möbelunternehmen, Tourismusbranche, Telecom-Unternehmen, Temporärarbeit, Zulieferer Landwirtschaft usw.

Zielgruppe 3:

Kantonale und regionale tätige Unternehmen, Firmen aus Handel, Gewerbe und Industrie.

Sponsoring-Struktur

Kategorie 1:

Muota-Goldsponsoren

- 2 Hauptsponsoren des Projektes
- jährliche Beiträge von je 12'500 Franken, fünf Jahre fest
- *Sponsoring mit Leistungen und Gegenleistungen*

Kategorie 2:

Muota-Silbersponsoren

- 5 Co- Sponsoren des Projektes
 - jährliche Beiträge von je 5'000 Franken, fünf Jahre fest
 - Non-Business-Marketing mit beschränkten Gegenleistungen
-

Kategorie 3:**25 Muota-Donatoren des Projektes**

- jährliche Beiträge von je 1'000 Franken, fünf Jahre fest
- *reines Mäzenatentum – der guten Sache zuliebe*

Gegenleistungen

Kategorie:	Beitrag p.a.	Total 5 Jahre:	Gegenleistungen:
1 Muota- Goldspensoren (2)	12'500 25'000	125'000	Präsenz mit Firmen-Logo auf Briefschaften Präsenz mit Logos auf Flyers (Prospekten) Präsenz mit Logos auf Plakaten Präsenz auf 4 Werbetafeln bei Naturhus + passend im Gelände Einladung und Präsenz zu Medienkonferenzen Nutzung des Projektlogos in eigener Werbung + Promotion Erwähnung und Präsentationen in Newsletter (jährlich) Integration mit Verlinkung zur Firma im Internet Präsenz an Muotataler Erlebnistagen (Video, Dias usw.) 1 jährliches Firmen-Event für Belegschaft (Führung usw.) Aufnahme in Trägerschaft mit Stimmrecht regelmässiger Informationsaustausch (Jahresbericht usw.)
2 Muota- Silberspensoren Co-Spansoren (5)	5'000 25'000	125'000	Präsenz mit Logos auf Flyers (Prospekten) Präsenz auf 4 Werbetafeln bei Naturhus + passend im Gelände Nutzung des Projektlogos in eigener Werbung + Promotion Erwähnung und Präsentationen in Newsletter (jährlich) Integration mit Verlinkung zur Firma im Internet regelmässiger Informationsaustausch (Jahresbericht usw.) 1 Firmen-Event für Belegschaft (Führung usw.)
3 Muota- Donatoren (25)	1'000 25'000	125'000	Erwähnung und Präsentationen in Newsletter (jährlich) Integration mit Verlinkung zur Firma im Internet regelmässiger Informationsaustausch (Jahresbericht usw.) Jährliche Einladung zu einem Donatoren-Tag
Total pro Jahr	75'000		
Total 5 Jahre		375'000	