

# Vom Tössweg 91 zum ErlebnisRaum Tösstal

## Schlussbericht zum Konzept ErlebnisRaum Tösstal



Wila, 29. Mai 2022

für die Projektleitung  
Erlebnisraum Tösstal

Ueli Erb

Link zum vollständigen Schlussbericht:  
[www.erlebnisraumtoesstal.ch](http://www.erlebnisraumtoesstal.ch)

## Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Zusammenfassung .....</b>	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>Projektorganisation .....</b>	<b>3</b>
<b>3</b>	<b>Entwicklungsschritte .....</b>	<b>3</b>
<b>4</b>	<b>Konzept Erlebnisraum Tösstal.....</b>	<b>4</b>
<b>5</b>	<b>Kosten .....</b>	<b>6</b>
<b>6</b>	<b>Die nächsten Schritte .....</b>	<b>6</b>
<b>7</b>	<b>Kontakt.....</b>	<b>6</b>
<b>8</b>	<b>Anhänge .....</b>	<b>7</b>

Link zum vollständigen Schlussbericht:  
[www.erlebnisraumtoesstal.ch](http://www.erlebnisraumtoesstal.ch)

## 1 Zusammenfassung

Vertreterinnen und Vertreter von Gemeinden, Vereinen und Kulturinstitutionen befassen sich schon länger mit Möglichkeiten zur Erneuerung des Tössweg91. Nun liegt ein ausgereiftes Konzept mit Kostenschätzungen für die Projektierung und die Umsetzung vor. Es beinhaltet nicht nur einen linearen Weg entlang der Töss, sondern das Tössal als ganzheitlicher Erlebnisraum in seiner besonderen Vielfältigkeit und als verbindende Elemente für die Tössaler Bevölkerung.

## 2 Projektorganisation

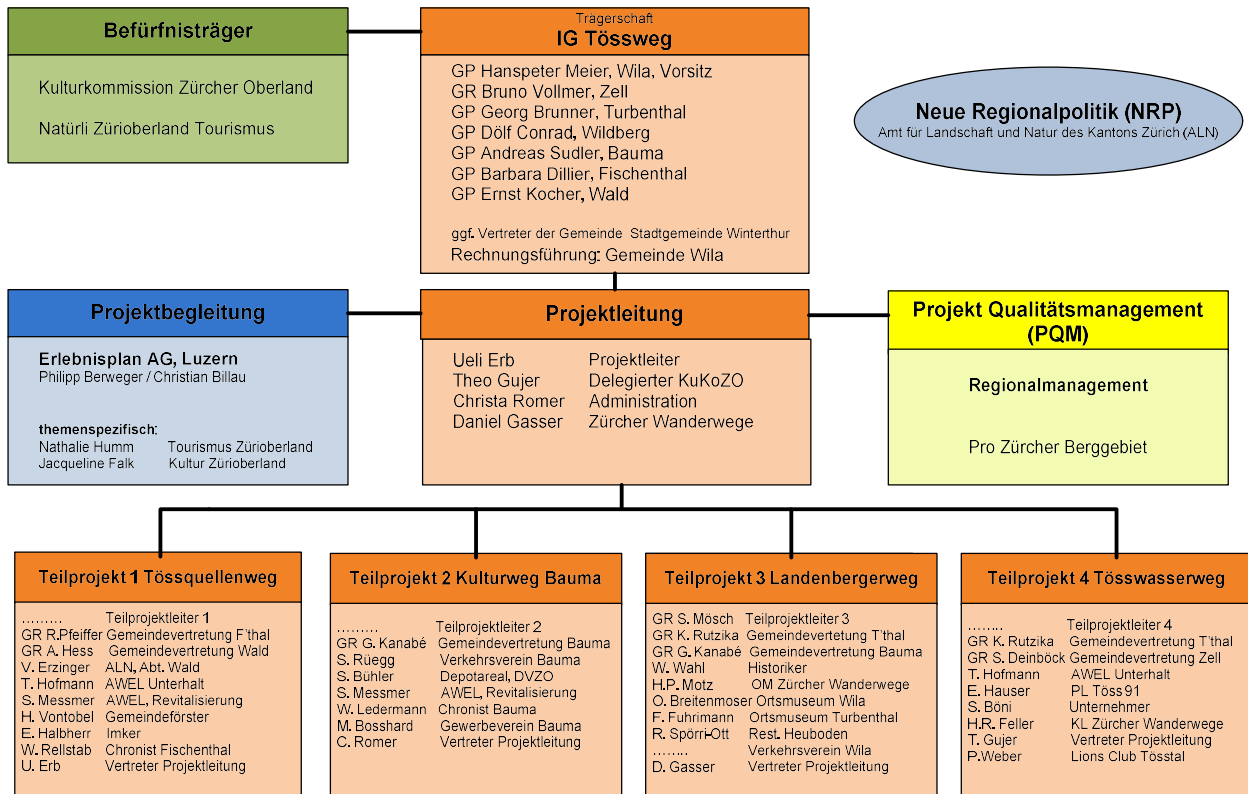


Abbildung 1 Organigramm bei Projektstart 2021 (Konzeptphase)

## 3 Entwicklungsschritte

### 3.1 Ausgangslage

Der Themenweg Töss91 mit den rund 50 veralteten Informationstafeln soll nach Erkenntnissen der heutigen Zeit modernisiert werden. Bereits im Jahr 2016 gab es Vorstösse zur Modernisierung des Weges. So hat die Kulturkommission Zürioberland mit der Arbeitsgruppe Kulturwege verschiedene Vorabklärungen gemacht. Im Zentrum stand ein Vorstoss, eine umfassende Kulturlandschaftsplanung über die Industrielandschaft zu entwickeln. Mit dieser Ausgangslage wurden die Gemeinden entlang der mittleren Töss beauftragt, Delegierte zu bestimmen und eine Spurguppe zu bilden.

### 3.2 Projektübersicht

Um mit den beschränkten personellen und finanziellen Mitteln ein aussagekräftiges Konzept zu erarbeiten, hat eine Vorgehensweise in genau festgelegten Phasen grosse Bedeutung.

Es gilt der Grundsatz, dass eine nächste Phase erst ausgelöst werden kann, wenn deren Finanzierung geregelt ist. Kommt die Finanzierung der nächsten Phase nicht zustande, ist das Projekt gescheitert und der Rückbau des «Tössweg'91» ist einzuleiten.

	2020			2021				2022				2023				2024			
	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
<b>Phase 1 (Einstieg)</b>																			
Machbarkeitsstudie																			
Finanzierung Phase 2																			
<b>Phase 2 (Kickoff)</b>																			
Projektdefinition																			
Begehungen Workshops																			
Konzepterarbeitung																			
Kostenermittlung																			
Auswertung und Phasenabschluss																			
politische Grundsatzentscheide / Finanzierung Phase 3 sichern																			
Trägerschaft gründen																			
<b>Phase 3 (Planung)</b>																			
3a Vorprojekte erstellen																			
Vorprojekte genehmigen																			
3b Bauprojekte mit Kostenvoranschlag																			
Finanzierung Phase 4 (Realisierung) sichern																			
<b>Phase 4 (Realisierung)</b>																			
Ausführungplanung																			
Bewilligungsverfahren																			
Realisierung in Etappen																			

Abbildung 2 Vorgehensplan (Machbarkeitsstudie bis Realisierung)

### 3.3 Grundlagenarbeit und Machbarkeitsstudie

Die Spurgruppe Tössweg erhielt im Herbst 2020 den Auftrag, einen ausgereiften Vorschlag für die Erneuerung des Tössweg91 zu erarbeiten und diesen den Gemeinden Zell, Turbenthal, Wila, Wildberg, Bauma, Fischenthal und Wald zur Beschlussfassung vorzulegen.

In der ersten Projektphase wurden die Grundlagen, Ziele, Anforderungen und die Themenbereiche ausgearbeitet. Ebenso wurden mögliche Involvierte einbezogen. Neben den Gemeindepräsidien, welche die IG Tösstal bildeten, haben weitere wichtige Institutionen ihre Unterstützung signalisiert: AWEL, ALN (u.a. mit seinen Bereichen Wald, Jagd, Fischerei und Naturschutz), DVZO, Zürcher Wanderwege, Lions Club, Verkehrsvereine, Museen, Gewerbevereine, etc. Des Weiteren wurde nach Wissensträgern gesucht wie Historiker, Chronisten, etc.

Die Zielformulierung lautet, dass mit dem neuen Tössweg Wissen und Unterhaltung vermittelt werden sollen. Weitere wichtige Anliegen sind eine verbesserte Besucherlenkung, Sicherheit auf Rad- und Fusswegen und die Erhöhung der touristischen Wertschöpfung. Im Fokus steht aber vor allem die Stärkung der Identität der Tösstaler-Bevölkerung über drei Bezirke.

In der detaillierten Machbarkeitsstudie sind für den Tössweg vier Abschnitte mit verschiedenen Themen-Schwerpunkten bezeichnet worden. Dieses Dokument war die Grundlage für das Finanzierungsgesuch NRP (Neue Regionalpolitik des Bundes).

## 4 Konzept Erlebnisraum Tösstal

### 4.1 Anschubfinanzierung

Für die Entwicklung eines Konzeptes mit ersten Aussagen zu möglichen Realisierungskosten wurde eine NRP Anschubfinanzierung von rund CHF 40'000.00 zur Verfügung gestellt (Anhang 8.7). Die informelle Spurgruppe wurde in eine Projektleitung mit professionellen Strukturen transferiert.

Nun konnte die Firma Erlebnisplan AG, und damit ausgewiesene Spezialisten für Freizeit-Inszenierungen, verpflichtet werden. Von einer Aussensicht auf das Tösstal versprach sich die

Projektleitung wichtige Erkenntnisse für die professionelle und zeitgemässe Entwicklung des Projekts.

Die Aufteilung in vorerst vier Teilprojekte hatte sich während der Entwicklung des Konzeptes bewährt. Überschaubare Gruppen mit allen Involvierten trafen sich für zahlreiche Informationsveranstaltungen, Workshops und Begehungen. Mit der Teilnahme von Projektleitungsmitgliedern, der Delegation von Gemeindevertretungen und der Berichterstattung in den Medien war die Information über das Projekt breit abgestützt. Diese für alle Beteiligten sehr intensive Phase der Konzeptentwicklung dauerte vom Sommer bis Herbst 2021.

Im November 2021 fand ein erster Schulterblick über die Projektentwicklung bei Erlebnisplan AG statt. Die beauftragten Spezialisten haben die Bedürfnisse der Tösstaler-Bevölkerung gut erkannt und kreative Ideen präsentiert. Bereits da war klar, dass das Tösstal als Erlebnisraum viel Potenzial hat. Die Projektleitung wurde mit weiteren Personen für die Bereiche Finanzen und Kommunikation erweitert. Bis zur Präsentation des Konzepts sind 14 Projektleiter-Sitzungen organisiert worden, wegen der Pandemie teilweise auch digital.

#### **4.2 Konzept Erlebnisraum Tösstal**

Am 22. März 2022 konnte die Projektleitung allen Mitwirkenden aus den Workshops und Begehungen, aber auch weiteren Interessierten, einen ausgereiften Vorschlag (Anhang 8.1) unterbreiten. Das modulare Konzept erfüllt in vielerlei Hinsicht die Erwartungen für ein interessantes und gemeindeübergreifendes Projekt. Mit 18 Modulen ist ein umfassendes Konzept für den Erlebnisraum Tösstal entstanden, welches sich an einer übergeordneten Vision orientiert: Der Erlebnisraum Tösstal stellt die Region, ihre einzigartige Natur, ihre bewegte Geschichte, Gegenwart und Zukunft ins Zentrum. Er stärkt die Identifikation und das Wir-Gefühl der Tösstaler Bevölkerung und bietet dem respektvollen Besucher eine Auszeit, weckt Neugier, vermittelt Wissen, schafft Erlebnisse und bleibende Erinnerungen. Dem Projekt liegen acht verbindliche Leitsätze zugrunde.

Gemäss Konzept gilt es zu beachten, dass einige Module die ganzheitliche Thematisierung und Positionierung des Tösstals voraussetzen. So sollen einheitliche Elemente als Treffpunkt und Leitsystem eingesetzt und eine einheitliche visuelle Gestaltung erarbeitet werden. Die Schaffung einer Identifikationsfigur, ein Wassergeist namens Tossa, wartet nur darauf, spezielle Geschichten über Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft zu erzählen. Wanderer, Familien mit Kindern und die einheimische Bevölkerung werden das Tösstal in einer Form erfahren, die schöne Erlebnisse und interessante Erkenntnisse bietet sowie bleibende Erinnerungen hinterlassen.

Die umfangreichen Informationen und aktuellen Arbeitsstände zu den einzelnen Modulen, die möglichen Kosten, die Finanzierung und die weiteren Schritte sind detailliert aufgezeigt. Im Anschluss an die Informationsveranstaltung sind die Präsentation und alle weiteren relevanten Informationen digital aufbereitet worden und werden auf der Website der Gemeinde Wila zum Download zur Verfügung gestellt. Mittels Online-Tool wird zudem die Möglichkeit zum direkten Feedback geschaffen.

Die Umsetzung eines Erlebnisraumes im Tösstal mit unterschiedlichsten Inszenierungen unter Mitwirkung und Mitgestaltung aller Anspruchs- und Interessensgruppen ist ein Mehrwert für das ganze Tösstal und schafft einen überkommunalen Stolz auf unsere Heimat.

Damit ist der Auftrag der Projektleitung abgeschlossen, d.h. das detaillierte Konzept samt Finanzierungsgrundlagen liegt zur Beschlussfassung für die betroffenen Tösstaler-Gemeinden vor.

## 5 Kosten

### 5.1 Investitionskosten

Das Konzept ist auch finanziell modular aufgebaut. Die geschätzten Kosten (Anhang 8.2) umfassen alle Aufwendungen für die Projektierung und die Umsetzung der einzelnen Module sowie für allgemeine Aufwendungen.

Wenn alle 18 Module gemäss dem aktuellen Konzept realisiert werden, entstehen approximative Gesamtkosten von CHF 4'000'000.00. Nach Abzug von mutmasslichen Beiträgen<sup>1</sup> durch Gönner, Stiftungen, Landeslotterie, Stadt Winterthur und Kanton Zürich würde davon etwa 50% zu Lasten der beteiligten Gemeinden gehen.

	Zell	Turbenthal	Wila	Wildberg	Bauma	Fiscenthal	Wald
	348'000.00	538'00.00	145'000.00	44'000.00	333'000.00	156'000.0	325'000.00
Einwohner	6'430	4'983	1'998	1'009	4'881	2'501	10'200

Abbildung 3: Entwurf Kostenverteiler

### 5.2 Betriebskosten

Im Weiteren wurden die Investitionskosten entsprechend den Einwohnerzahlen modulweise auf die einzelnen Gemeinden verteilt. In einer nächsten Phase werden die Kosten für die Weiterentwicklung, den Betrieb und den Unterhalt ermittelt. Im Moment ist dabei von einer Grössenordnung von 5% bis 10% der Investitionskosten pro Jahr auszugehen.

## 6 Die nächsten Schritte

Mit dem Abschluss dieser Projektphase liegt es nun an den Vertreterinnen und Vertreter der Gemeinden, der Vereine, Institutionen, Organisationen und der Bevölkerung, das Projekt zu beurteilen. Die Projektleitung erwartet gespannt auf die Rückmeldungen der Interessens- und Anspruchsgruppen und garantiert eine sorgfältige Auswertung und Abwägung.

Auch der Sicherstellung einer Finanzierung der Initialkosten kommt eine grosse Bedeutung zu. Für den Start der Umsetzung des Konzepts wird von allen involvierten Gemeinden aus drei Bezirken erstmals eine finanzielle Beteiligung am Projekt nötig. Mit der Gründung des Trägervereins «ErlebnisRaum Tösstal» und dem Beitrag von je CHF 25'000 würden die sechs Gemeinden Zell, Turbenthal, Wila, Bauma, Fiscenthal und Wald die Beteiligung am Projekt beschliessen. Damit beginnen auch die Ausarbeitung der Vorprojekte und die Finanzierungsabklärungen sowie die Detailplanung der gewünschten Module.

## 7 Kontakt

Ueli Erb, Projektleiter ErlebnisRaum Tösstal  
Sommeraustrasse 20, 8492 Wila  
[ueli@erb-wila.ch](mailto:ueli@erb-wila.ch) 079 427 84 06

<sup>1</sup> Zurzeit wurden mit Ausnahme der NRP-Anschubfinanzierung noch keine Beitragsgesuche gestellt.

## **8 Anhänge**

- 8.1 Konzeptbericht Erlebnisplan AG**
- 8.2 Kostenzusammenstellung**
- 8.3 Kommunikationskonzept**
- 8.4 Markenkonzept**
- 8.5 Berichterstattung Medien**
- 8.6 Protokolle Projektleitung**
- 8.7 NRP Finanzierung**
- 8.8 Informationsveranstaltung 22.3.22 (Foliensatz)**

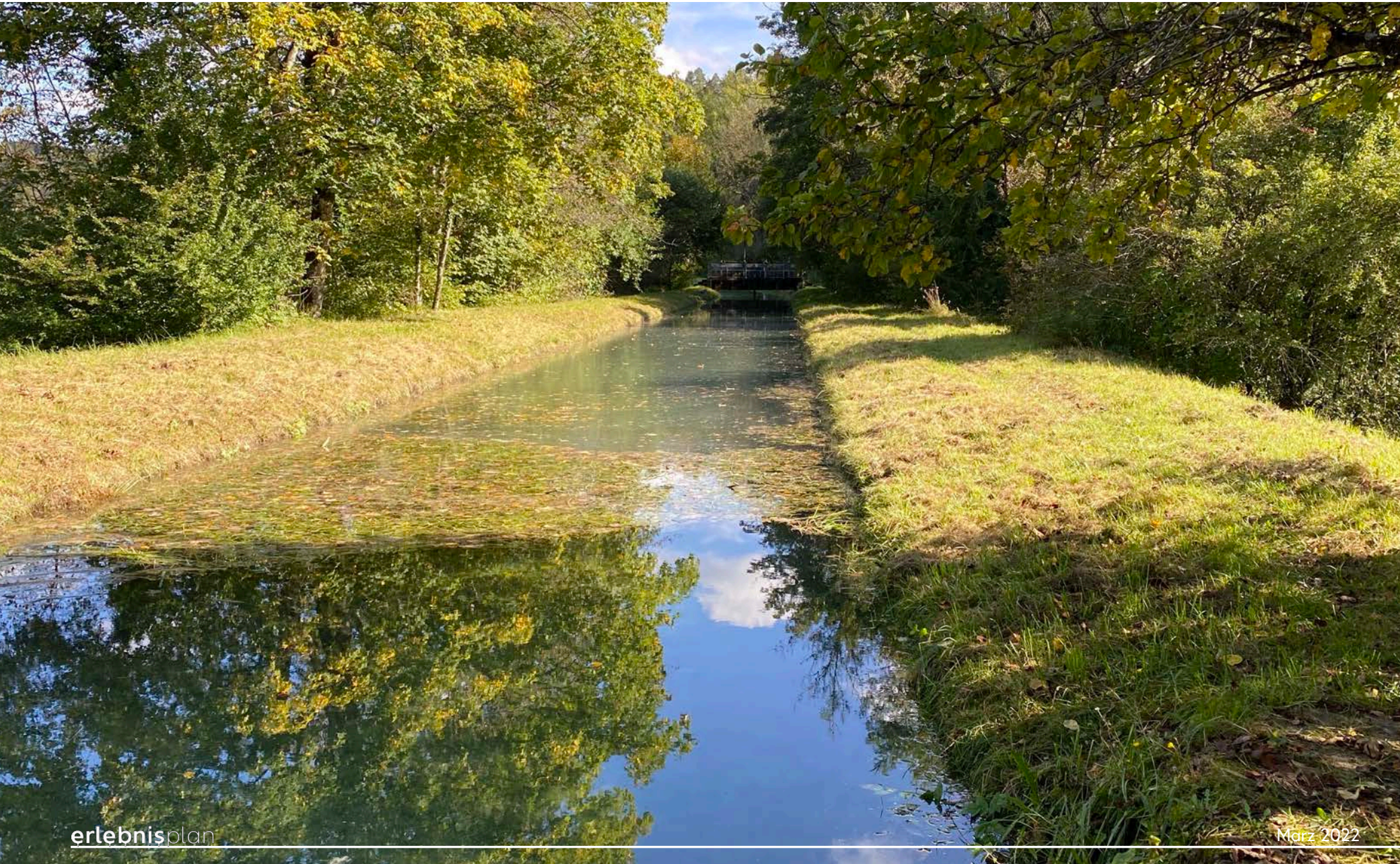
Link zum vollständigen Schlussbericht:  
[www.erlebnisraumtoesstal.ch](http://www.erlebnisraumtoesstal.ch)

## **8.1 Konzeptbericht Erlebnisplan AG**



# Wasser Erlebnisraum Tösstal

Entwicklungskonzept



## 1. Ausgangslage und Analyse

- Methodik
- Zielsetzung und Vorgehen

## 2. Inszenierungsmassnahmen

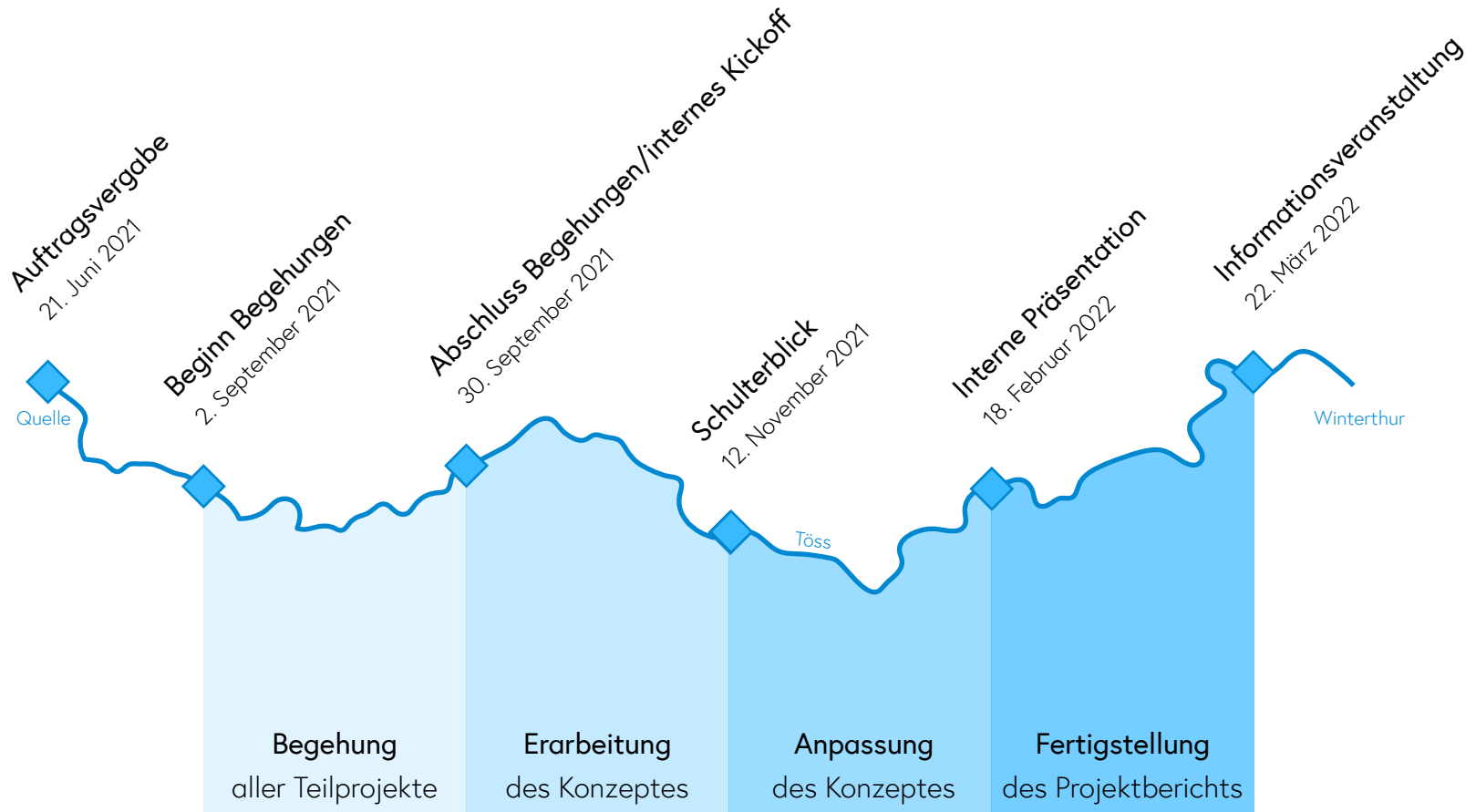
- Ganzheitliche Thematisierung und Positionierung des Tössstal
- Inszenierung von Erlebnisformaten
- Weitere Entwicklungspotenziale
- Umsetzungsmassnahmen

## 3. Zusammenfassung

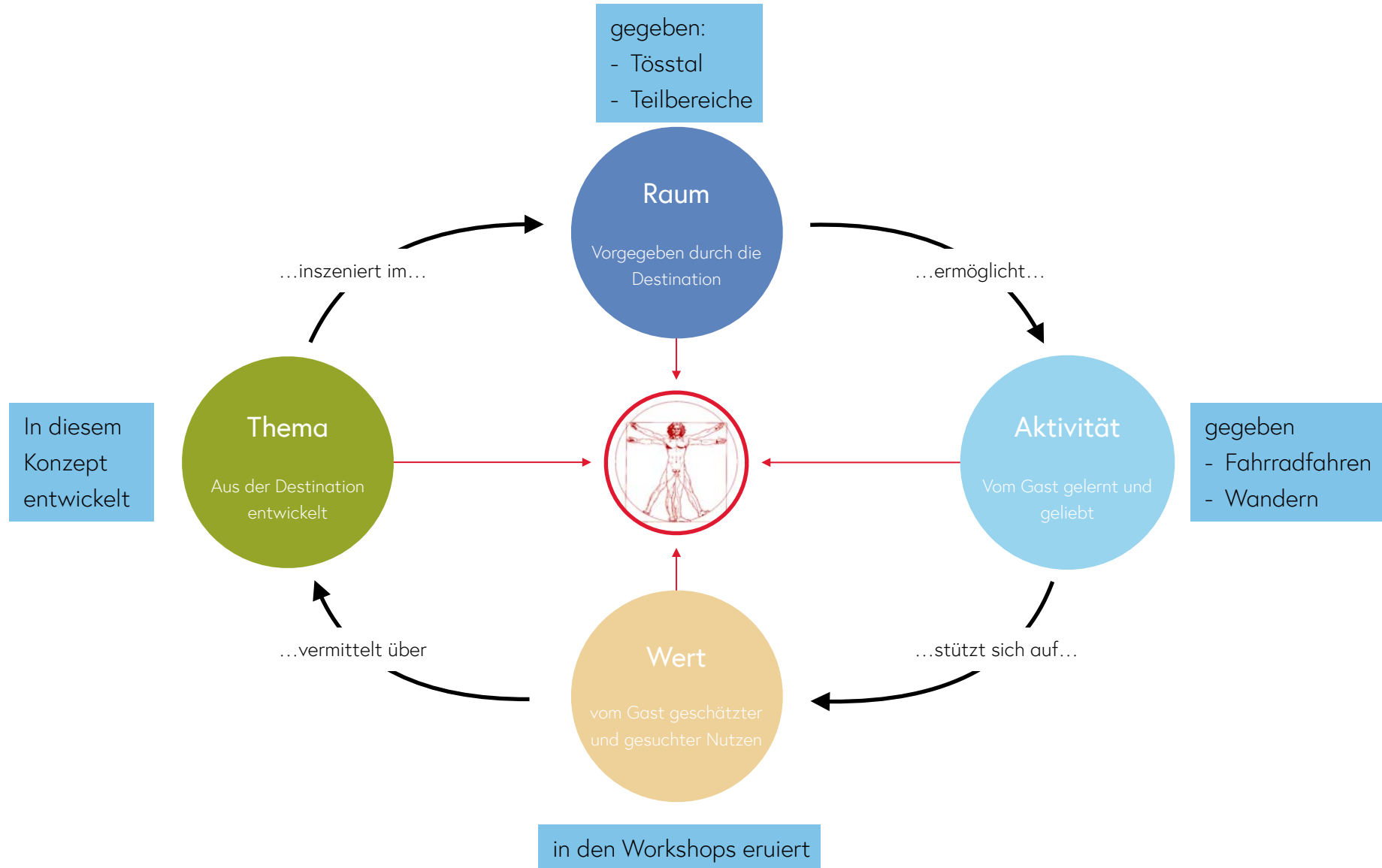
# 1. Ausgangslage und Analyse

# Methodik

# Zeitfluss des Entwicklungsprozesses



# Prozess zur nachhaltigen thematischen Inszenierung



# Zielsetzung und Vorgehen

Das Tössstal hat den beliebtesten Themenweg des Kantons Zürich, wo Erlebnisse und Geschichte aus Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft geboten werden.

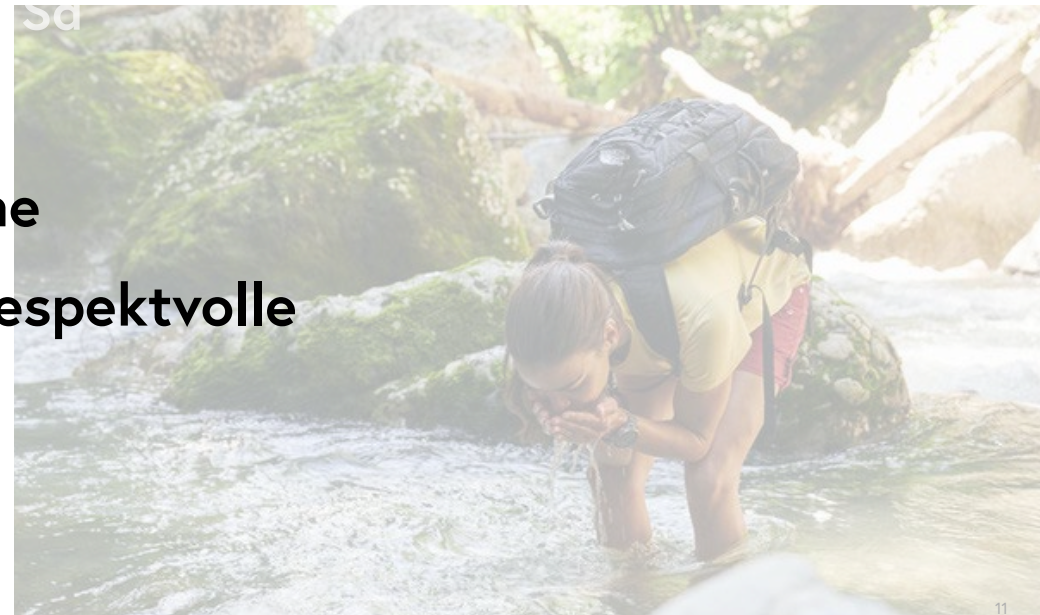


Massnahmenziele	Vorgehen	Massnahmen Effekte
Vermitteln von Wissen	Schaffen geeigneter auf das Zielpublikum angepasste Vermittlungsformate	Dokumentiertes und erschlossenes Wissen über kulturelle, historische und natürliche Objekte und Ereignisse
Kreieren von Erlebnissen		
Unterhalten	Entwickeln von interaktiven Berührungspunkten	Berührende, nachhaltige und nachhaltige Erlebnisse
Sensibilisieren und Lenken der Wahrnehmung	Entwickeln von darstell- und buchbaren Erlebnisformaten	Gestärkte Wertschöpfung in der Region
Fördern der touristischen Wertschöpfung in der Region	Aufzeigen von branchenübergreifenden Synergien	Gesteigerte wirtschaftliche Attraktivität des Tössstals
Verbessern der Besucherlenkung	Entwickeln eines Leitsystems	Verbesserte Orientierung und entschärfte touristische Hotspots
	Entwickeln eines einzigartigen für das ganze Tal gültigen Themas	Verbesserte Sichtbarkeit der Destination am touristischen Markt
	Schaffen einer einzigartigen das Thema integrierende Gestaltungssprache	Gestärkte Identität der Bewohner des Tössstals mit ihrem Wohn-/Arbeitsort

Grob referenziert zu: „Themenwege – Planung und Koordination mit dem bestehenden Wanderwegnetz der Schweizer Wanderwege“ erwähnt in der Machbarkeitsstudie Version 2 der Arbeitsgruppe Tössweg vom 18.12.2020

# Zielgruppenfokus

# Wem wollen wir den Blick ins Tösstal gewähren?



# Wem wollen wir den Blick ins Tössstal gewähren?



**Sanfte Tourismus Angebote**



**Respektvolle Besucher\*innen**



**Keinen Massentourismus; Abfallverschmutzung, Umweltverschmutzung**

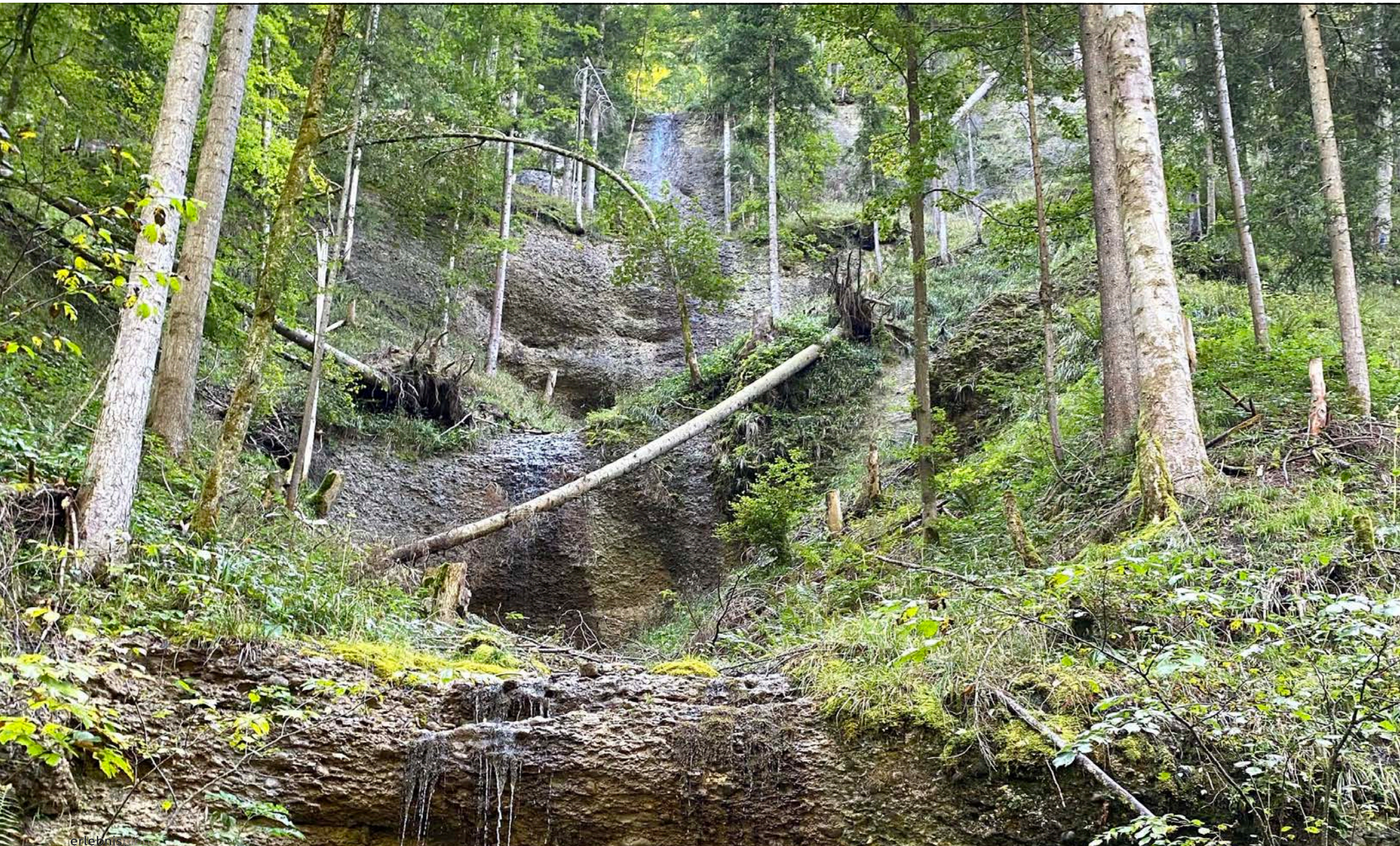


**Touristische Strukturen schaffen**

## 2. Inszenierungsmassnahmen

# Ganzheitliche Thematisierung und Positionierung des Tösstal













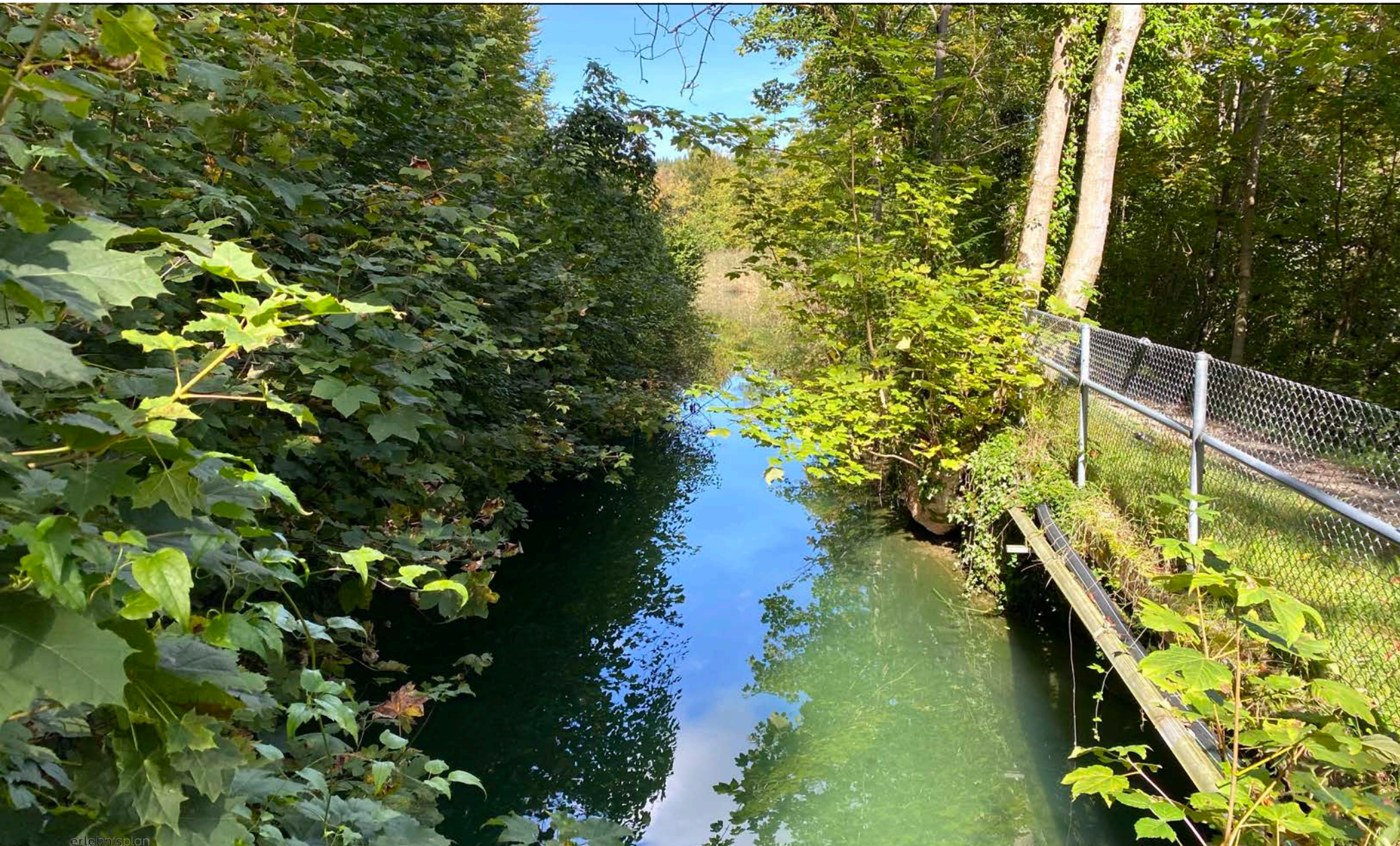






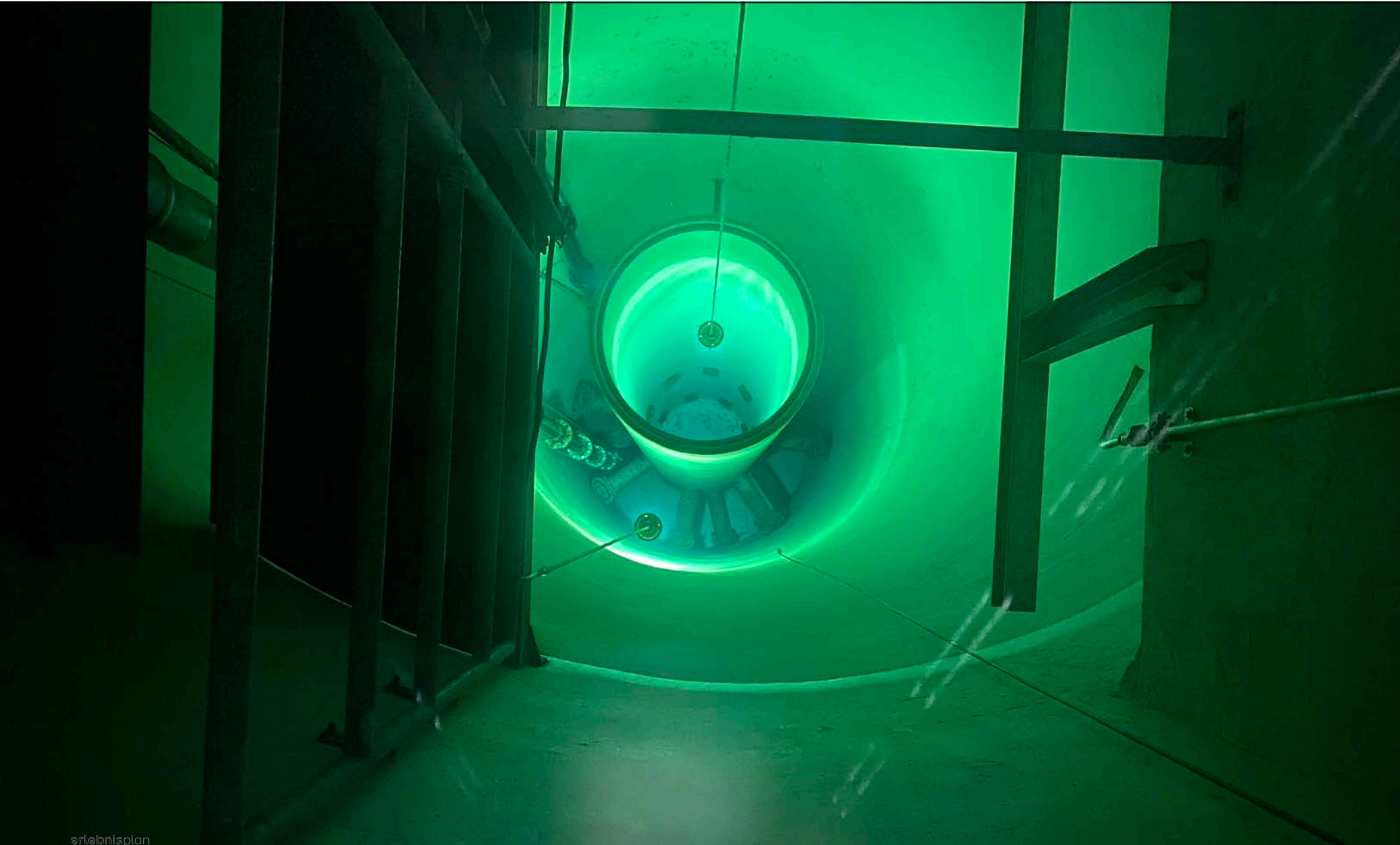




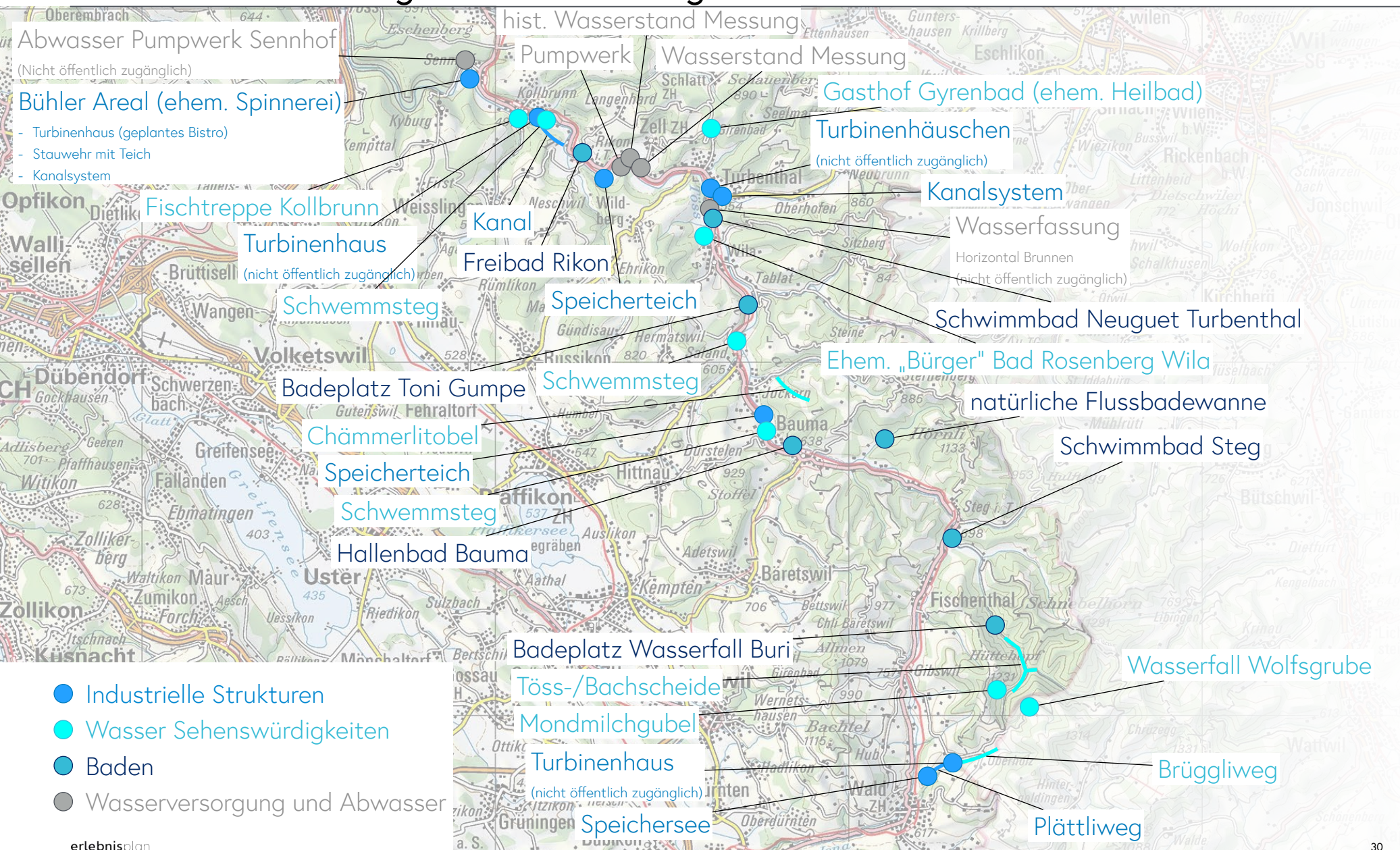








# Wasser Sehenswürdigkeiten und Ausflugsziele



- **Wasser ist überall** sichtbar im Tössstal
- **Die Töss prägt das Tal** und das Leben mit ihr bei Arbeit und Freizeit
- Die Industrie hat sich wegen des **reichhaltigen und stabilen Wasseraufkommens** hier angesiedelt um das Wasser zur Energiegewinnung für die Produktion zu nutzen
- Mit der Töss lassen sich **Auswirkungen von Umwelteinflüssen** bildhaft erzählen da diese Spuren teilweise immer noch sichtbar sind (Abholzung, Überschwemmungen, Korrekturen, Renaturierungen, etc.)
- Das Tössstal hat ein **spezifisches Grundwasser System** das auf einzigartigen geologischen Gegebenheiten beruht
- Wer hat schon zwei unterschiedliche Namen für Wasserfälle mit und ohne Wasser: **Giessen und Gubel!**

# Wasser Erlebnisraum Tösstal



## Leitsatz

---

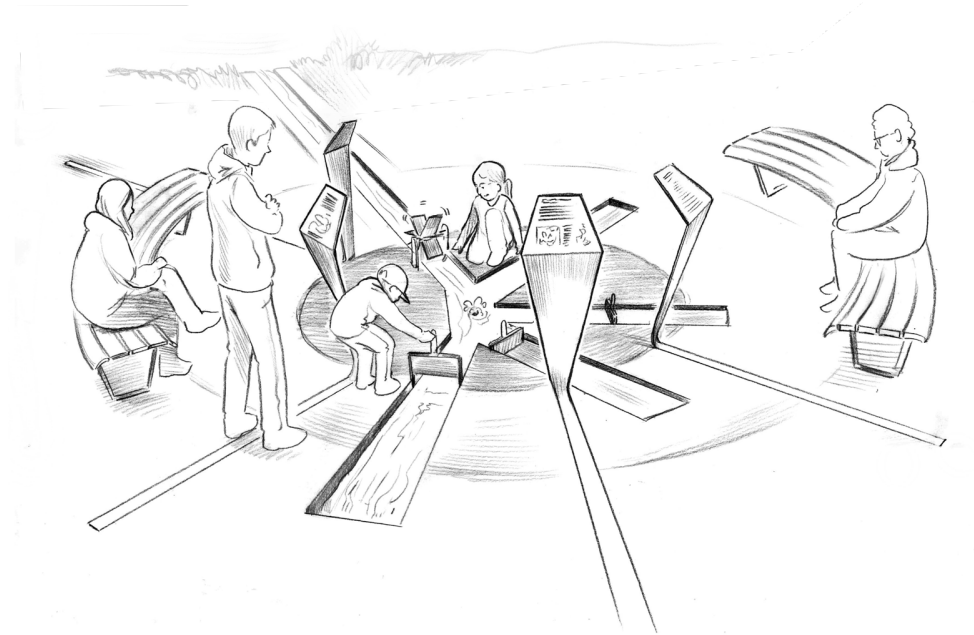
Das Tösstal hat den beliebtesten Themenweg des Kantons Zürich, wo Erlebnisse und Geschichte aus Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft geboten werden.



Der **ErlebnisRaum Tösstal** stellt die Region, ihre einzigartige Natur, ihre bewegte Geschichte, Gegenwart und Zukunft ins Zentrum. Er stärkt die Identifikation und das Wir-Gefühl der Tösstaler Bevölkerung und bietet dem respektvollen Besucher eine Auszeit, weckt Neugier, vermittelt Wissen, schafft Erlebnis und bleibende Erinnerungen.

# Einheitliche Elemente als Wiedererkennungsmerkmal

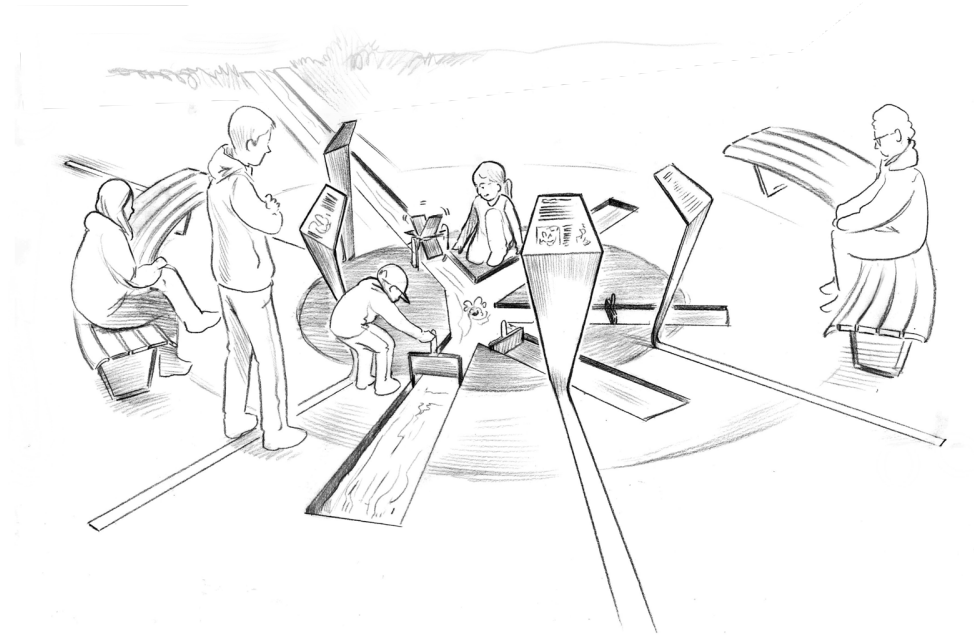
Es dient dem dem Genuss und der Aufenthaltsqualität. Gleichzeitig wird es mit der spezifischen Formgebung, welche den Bezug zum Wasser herstellt Erkennungsmerkmal des Wasser Erlebnisraums Tössstal. Gegebenenfalls kann die Form in Teilaspekten für das spezifische Thema eines touristischen Angebotes in dem es genutzt wird angepasst werden.



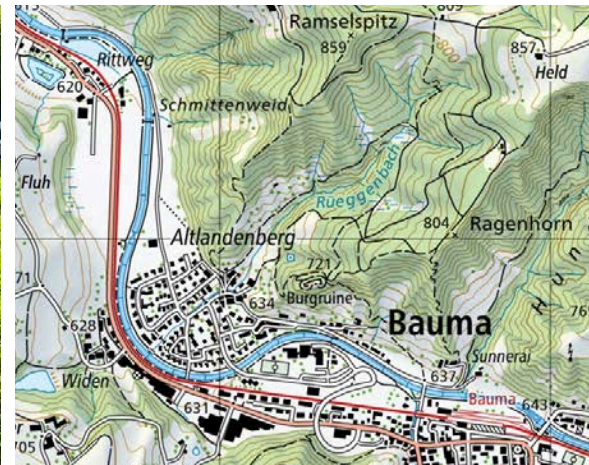
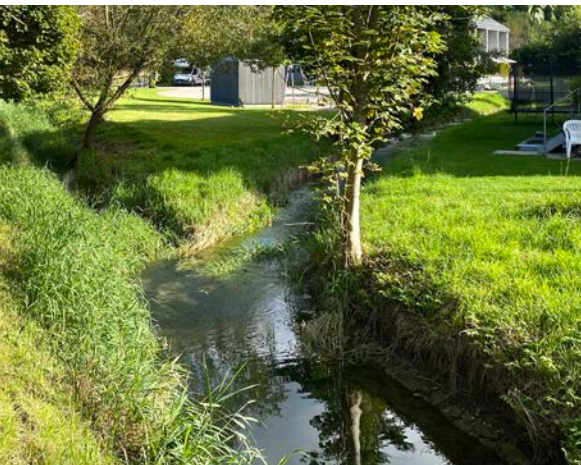
Wellenförmig und geschwungene Formen wie der Lauf der Töss:



Ein einheitliches möglichst konsequent eingesetztes Leitsystem ist wesentlich damit eine Zusammengehörigkeit der verschiedenen Angebote und die Dimensionen des Erlebnisraums sichtbar werden.



Wellenförmig und geschwungene Formen wie der Lauf der Töss:



Die einheitliche Gestaltung soll sich bei jeder grafischen Oberfläche zeigen. Somit ist der Kontext zur Töss und zum Wasser immer vorhanden.

Wellenförmig und geschwungene Formen wie der Lauf der Töss:

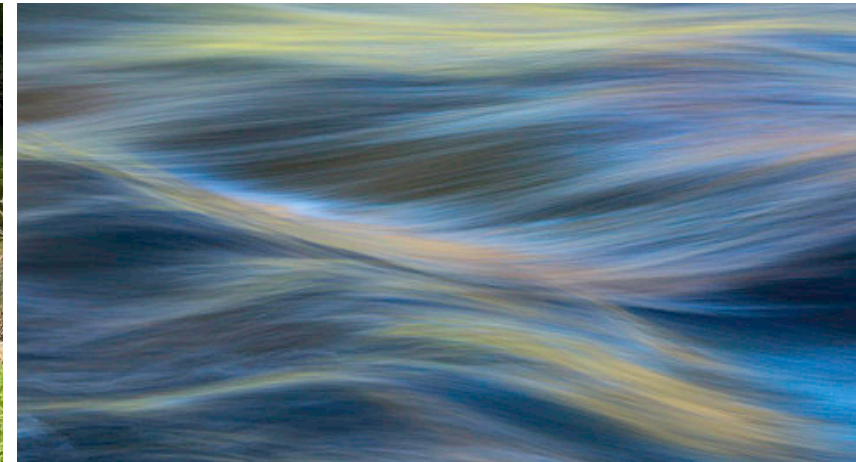


## Logo

Das Logo vereint in sich die wichtigsten relevanten Wasser Themen des Tösstals. Es ist dadurch auch ohne Text verständlich und einzigartig. Es schafft sowohl ein Symbol und stärkt die Identität des Erlebnisraums.

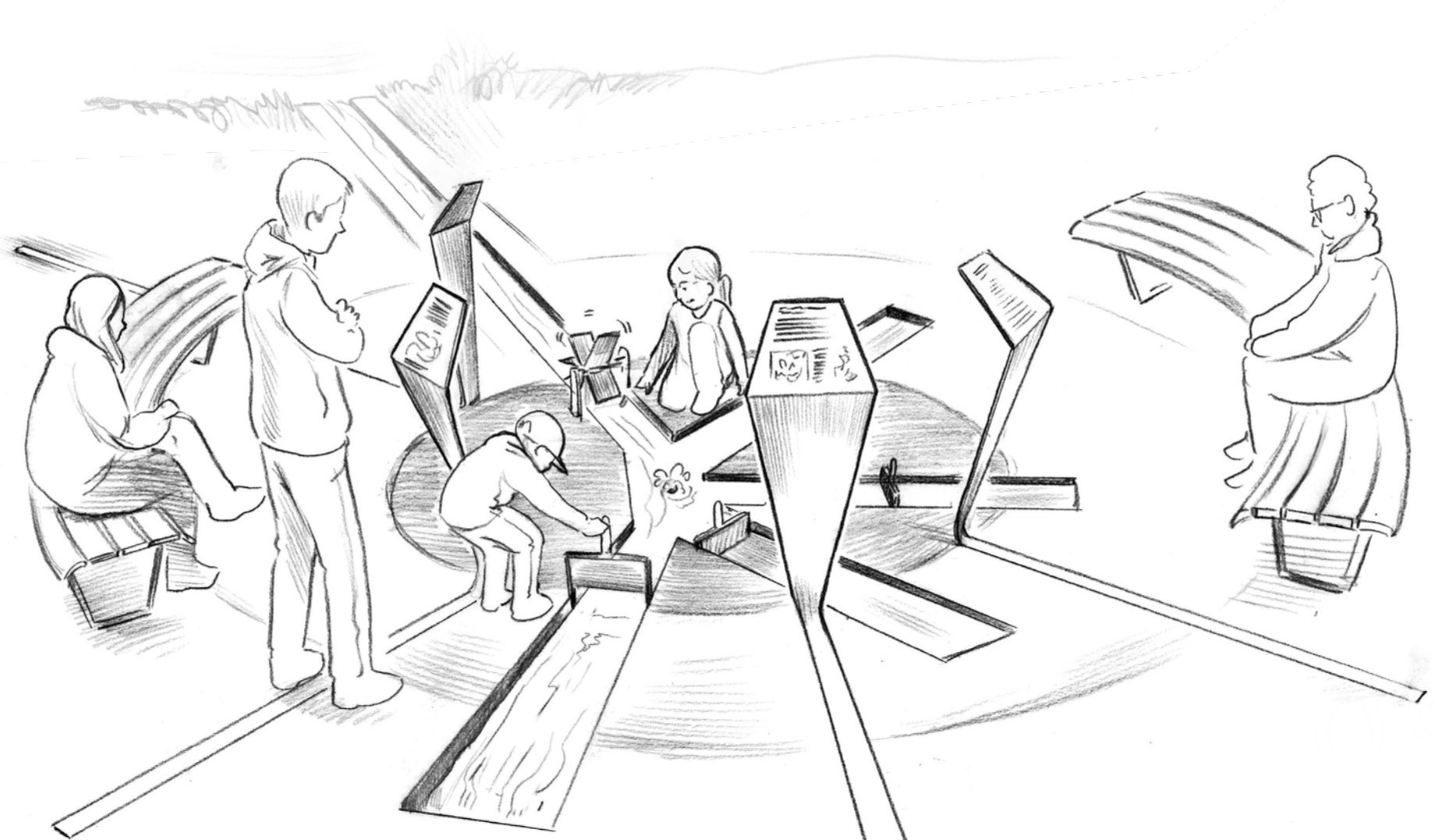


Wellenförmig und geschwungene Formen wie der Lauf der Töss, Kiesbänke, Wasser:



# Wiederkehrende Treffpunkte

# Beispiel Treffpunkt Turbenthal



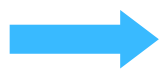


# Beispiel Treffpunkt Turbenthal - Geländeübersicht



## Beispiel Treffpunkt Turbenthal - Standortvorteile

- in direkter Nähe zum Öffentlichen Verkehr
  - Bahn
  - Bus
- Parkplätze vorhanden für
  - Auto
  - Velo
- Aufenthaltsqualität bereits gewährleistet
  - Genussplatz am Wasser
  - zwei angrenzende gastronomische Betriebe
- direkt am Wasserkanal gelegen, einem möglichen Hauptthema für den Ort
- mit dem kleinen Turbinenhaus liegt ein Sehenswürdigkeit in näherer Umgebung
- eingebunden in bestehende Dorfstrukturen



Alle weiteren Treffpunkte sollen möglichst viele dieser Bedingungen (oder mehr) bedienen um die Funktion als Treffpunkt erfüllen zu können

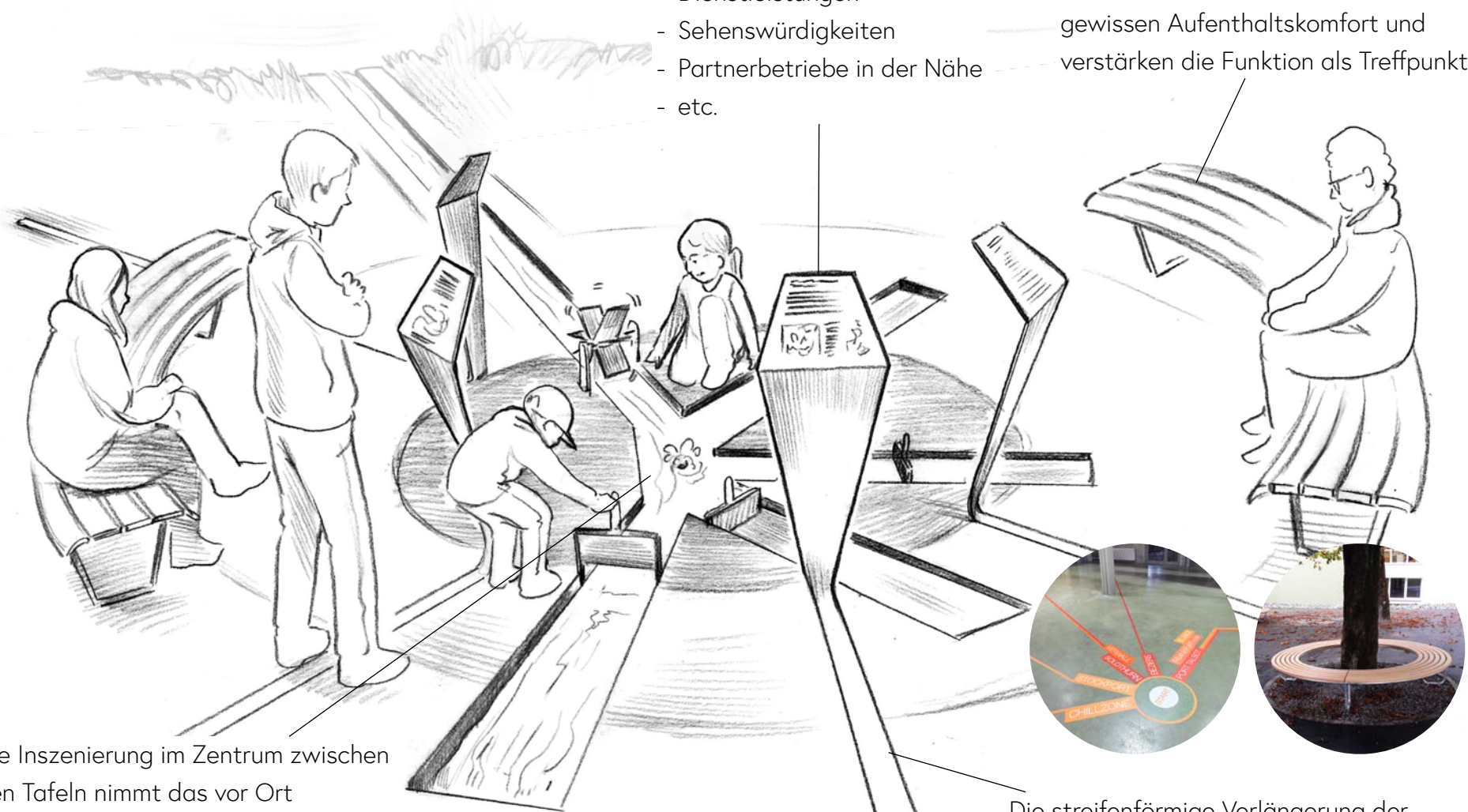


# Beispiel Treffpunkt Turbenthal

Informationen über

- Angebote
- Dienstleistungen
- Sehenswürdigkeiten
- Partnerbetriebe in der Nähe
- etc.

Sitzgelegenheiten bieten einen gewissen Aufenthaltskomfort und verstärken die Funktion als Treffpunkt



Die Inszenierung im Zentrum zwischen den Tafeln nimmt das vor Ort relevante Thema auf und bietet Gelegenheit zur Interaktion

Die streifenförmige Verlängerung der Tafel zeigt die Richtung des Angebotes, der Dienstleistung, etc.

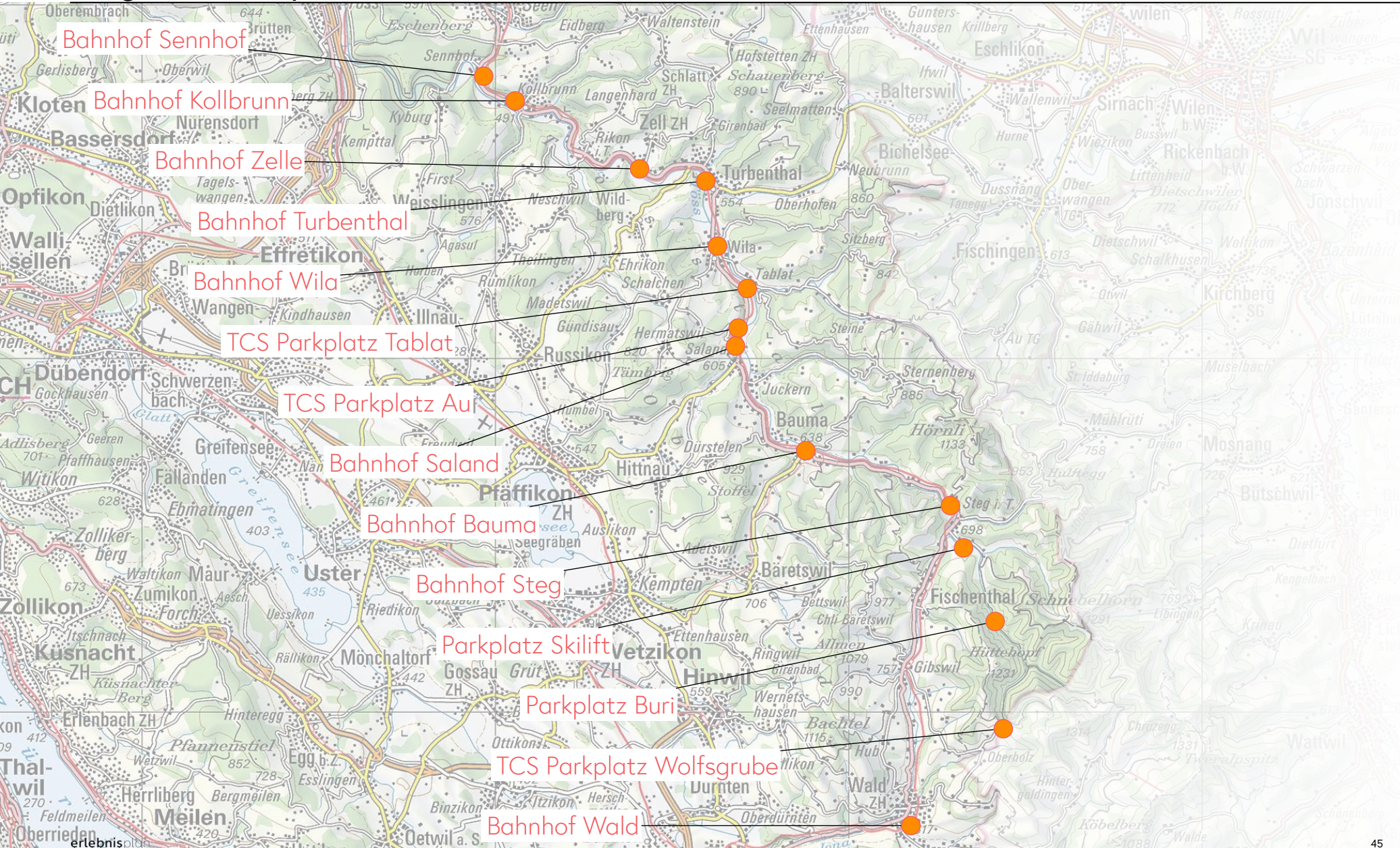
## Treffpunkte

---

### Effekte

- Die Treffpunkte werden zum Erkennungsmerkmal für Ausflüge im Tössstal
- Zentrale und sichtbare Informationsaufbereitung und Vernetzung von Erlebnisformaten und Ausflugszielen für Einheimische und Gäste
- Verstärkte Sichtbarkeit von touristischen Dienstleistungen
- Vereinfachte Ausflugsplanung da zur Regel wird, dass alle Ausflüge von einem Treffpunkt aus starten und in einem Treffpunkt enden
- Je nach Standort kann durch die Aufenthaltsqualität eines Treffpunktes die Wertschöpfung gesteigert werden

# Mögliche Treffpunkte im Tössstal

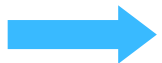
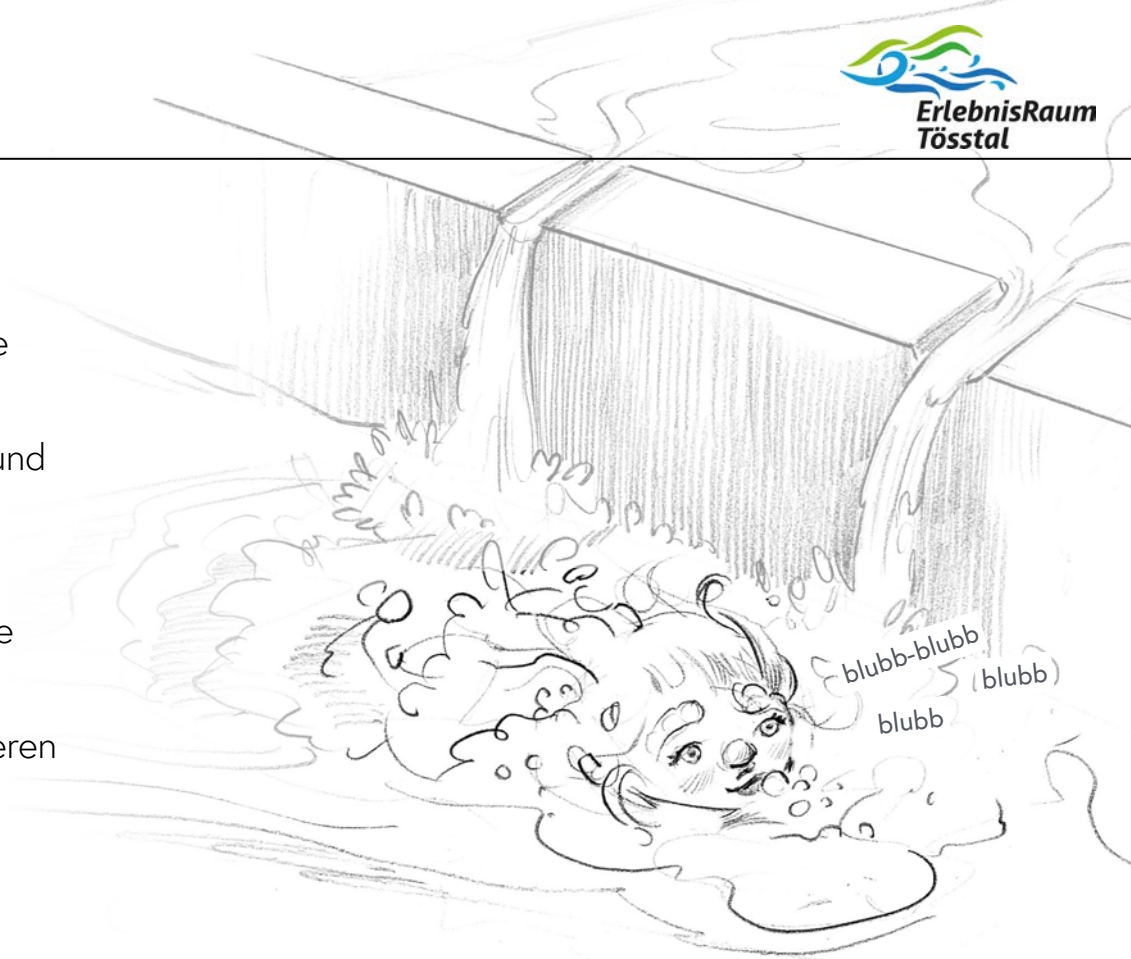


# Identifikationsfigur für Kinder / Maskottchen



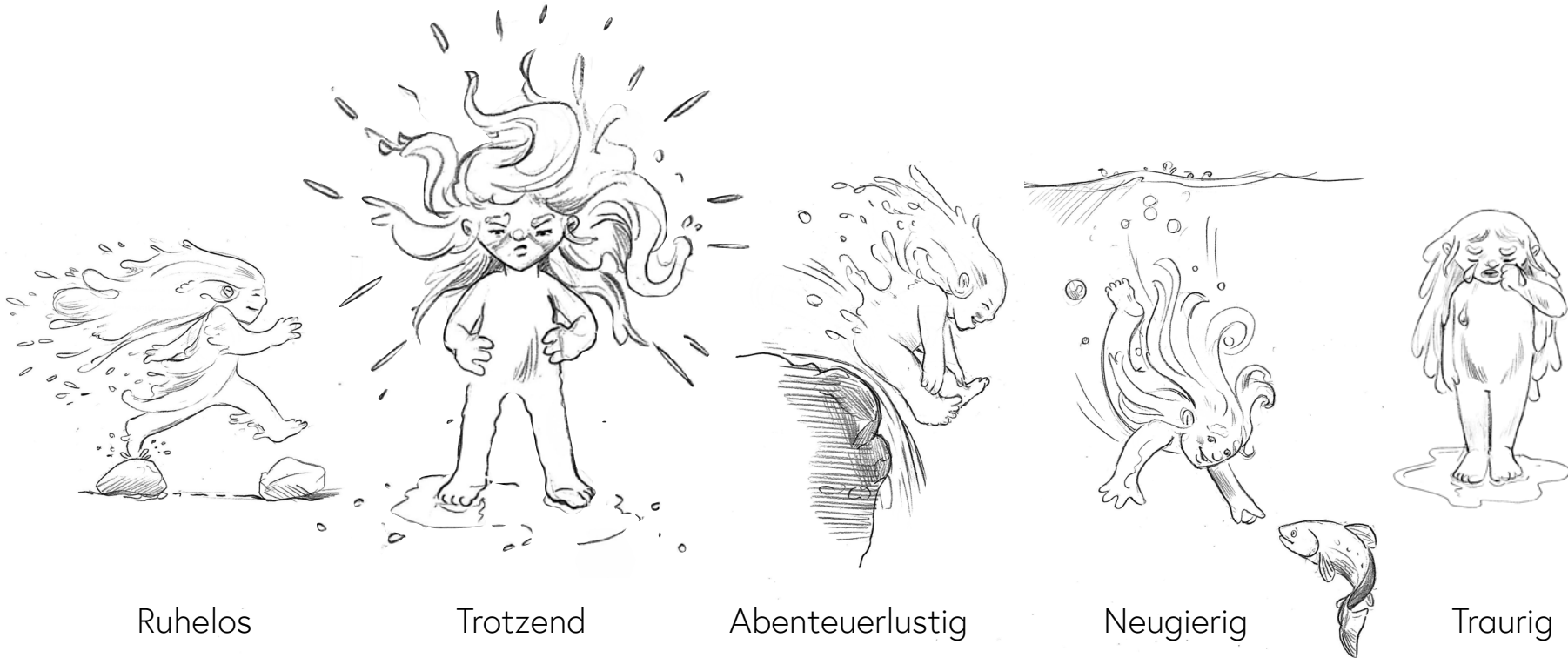
Die Töss hat sehr unterschiedliche Charakteren (wie jedes Fließgewässer):

- kleiner, lebendiger Bach am Ursprung, murmelnd und plaudernd
- ruhig fließender Bach bei Töss- und Bachscheide
- ruhig fließendes kanalisiertes Gewässer durch die oberen Ortschaften
- breit und stetig fließender Bach mit Kraft im unteren Bereich des Tösstals
- befreit und gestaltend vor allem bei renaturierten Bereichen
- träumerisch in Kanälen
- ruhend in Teichen
- dünn fließend bei Niedrigwasser
- temperamentvoll bis gefährlich bei Hochwasser



All diese Eigenschaften verkörpert Tossa





\*(Die Darstellung der unterschiedlichen Gemütszustände von Tossa fördern die Akzeptanz der Gemütszustände von Kindern bei Kindern und Erwachsenen)

Die Figur kann für verschiedene Zwecke genutzt werden.

1. Als Vermittlerin von Inhalt auf Texttafeln und bei anderen Vermittlungsformaten
2. Zum erzählen von Geschichten in unterschiedlichen Formaten:
  - Comic Strip
  - Bilderbuch
  - Hörspiel
  - Kurztexte bei den Spielplätzen
  - Events
  - etc.
3. Protagonistin in einem Suchspiel

Das Büchlein (Pixi-Format):

- Enthält alle Stationen der Wanderweg Inszenierung
- Macht die behandelten Themen für Kinder verständlicher
- Berührt die Gäste emotional (und bindet sie)
- Ist ein Souvenir, welches man zuhause gerne wieder anschaut



- An jeder Station kann ein Prägestempel gesammelt werden
- Bei Vorzeigen in einem Partner Restaurant gibt es eine Belohnung in Form eines Sirups oder ähnlich

➡ den Kunden zur Konsumation anregen

## Erwachsene

- Wissenschaftlich fundierte Vermittlung von Wissen, spannend erzählt
- maximal 700 Zeichen
- Ergänzende Informationen per QR-Code
- Begleitdokumente möglich

„Die Francis-Turbine ist eine Weiterentwicklung der Fourneyron-Turbine. Diese Turbine hatte den Nachteil, dass das Wasser beim Übergang von dem im Inneren des Laufrads liegenden Leitwerk auf den Läufer verwirbelt wurde und somit kein optimaler Wirkungsgrad erreicht werden konnte.“ (Wikipedia)

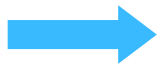
## Kinder

- Erzählerischer, emotionaler Zugang zum Thema
- nicht zwingend wissenschaftlich korrekt
- maximal 300 Zeichen
- Möglichkeit zur Interaktion (Stanze)
- Erlebnisbegleiter

„Manchmal, wenn mir danach ist, geh ich zur Achterbahn. Ich steige beim Kanal oben ein, rutsche durch das Rohr. Besonders lustig finde ich das Wirbeln in der Turbine. Das kitzelt so schön am Bauch. Zum Glück können wir Wassergeister das unbeschadet überstehen. Genau wie Wassermänner...“

# Inszenierung von Erlebnisformaten

- Gute Erreichbarkeit: Start und Ziel bei Verkehrsknotenpunkten (ÖV bevorzugt)
- Distanz und Schwierigkeit des Weges angepasst auf die entsprechende Zielgruppe
  - Tagesausflüge für Familien mit Kindern 1-3h Geh-/Fahrzeit
  - Tagesausflüge für Erwachsene 4-6h Geh-/Fahrzeit
- Routenführung ohne Wiederholung von Wegabschnitten (Sackgassen vermeiden)
- „Pain Points“ beseitigen
  - zu lange Wege verkürzen oder aufteilen
  - „Ödland“ überbrücken
- Ziele schaffen: Grillstelle, Spielplatz, Restaurant, etc.
- Abwechslungsreiche Umgebung, schöner Weg
- Spezifisches Thema interaktiv aufbereiten (Involvement)



Die Wegführung und Distanz eines inszenierten Erlebnisweges werden durch das Thema und den Erlebnisgehalt des Weges bestimmt

Nutzung des Wassers für  
die Industrielle Produktion

Geologie des  
Wassers im Tössal

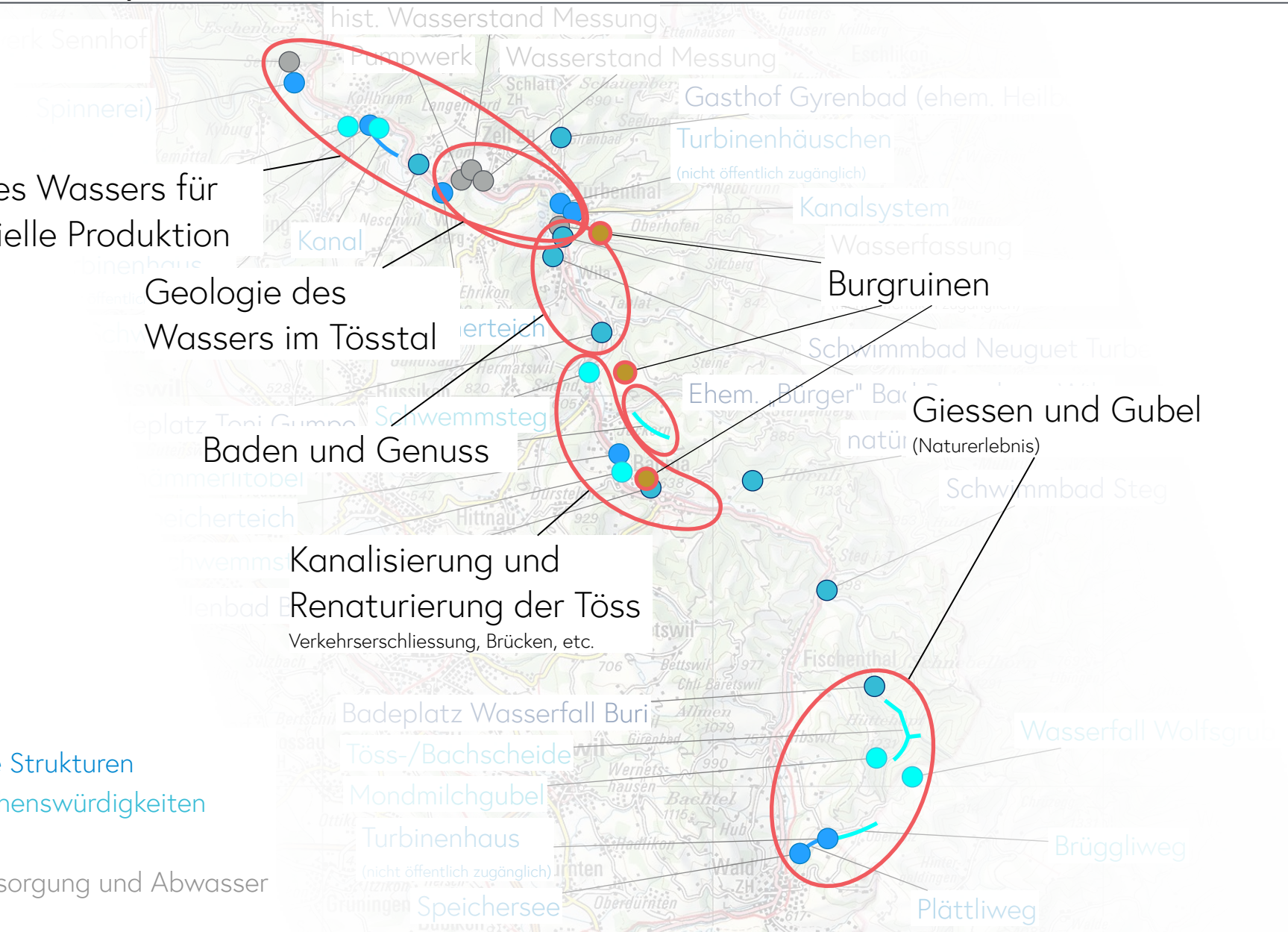
Baden und Genuss

Kanalisation und  
Renaturierung der Töss  
Verkehrerschliessung, Brücken, etc.

Burgruinen

Giessen und Gubel  
(Naturerlebnis)

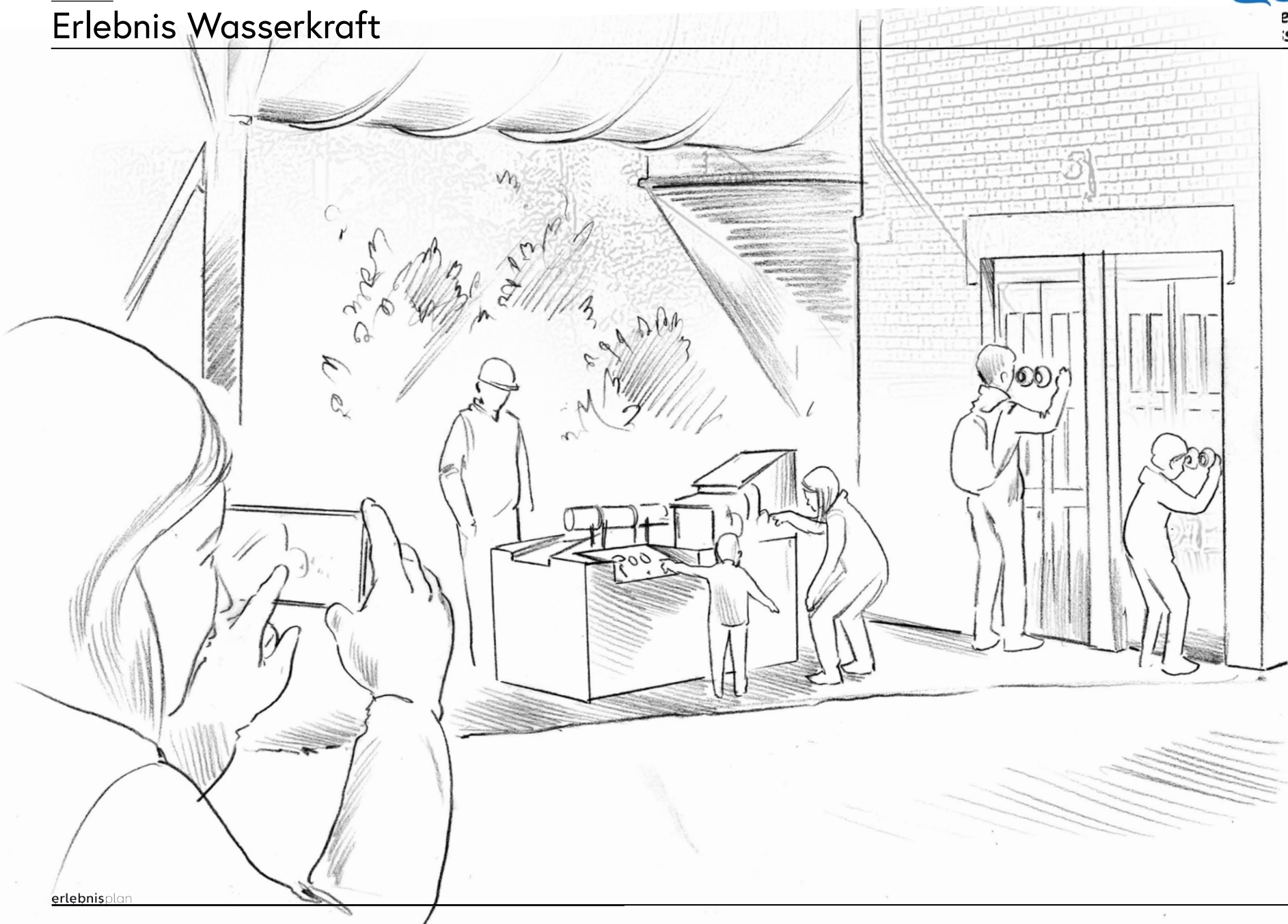
- Industrielle Strukturen
- Wasser Sehenswürdigkeiten
- Baden
- Wasserversorgung und Abwasser



- Modul 04: Erlebnis Wasserkraft (Sennhof - Wila)
- Modul 05: Kanal Erlebnis Kollbrunn
- Modul 06: Kanalsystem Turbenthal
- Modul 07: Wasser Geologie
- Modul 08: Wasserspielplatz Badi Neuguet
- Modul 09: Burgruinen
- Modul 10: Chämmerlibach
- Modul 11: Verkehr Erlebnisweg Bauma
- Modul 12: Natur und Genuss Weg Tösstal
- Modul 13: Steg - Bachscheid
- Modul 14: Brügglweg
- Modul 15: Plättliweg
- Modul 16: Baden und Genuss
- Modul 17/18: Digitalisierte Erlebniswege



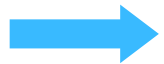
# Erlebnis Wasserkraft



- Die grosse Menge an Wasser und die konstante Fliesskraft haben industrielle Betriebe dazu bewogen sich im Tössstal niederzulassen
- Es gibt viele immer noch bestehende und gut sichtbare Strukturen der Industriegeschichte im Tössstal
- Zwischen Sennhof und Wila sind mehrere schöne Orte und Gebäude des industriellen Erbes zu entdecken



- Die wenigsten der attraktiven Orte sind öffentlich zugänglich
- Die sehenswerten Orte liegen weit auseinander, zum Teil mehr als 2km



Es wird empfohlen, dieses Erlebnisformat auf Velofahrer auszulegen





Treffpunkt

Turbinenhaus Kollbrunn

Wassersfassung

Speicherteich

Turbinenhaus  
Sennhof und Bistro

Gesamtdistanz: ca. 14km  
Gehdauer\*: ca. 5h  
Fahrdauer mit Velo: ca. 1.5h  
Nutzergruppe: Wissensdurstige,  
Schulklassen, Ü50  
Verpflegungsmöglichkeit unterwegs: ja  
\* 20min/km

Turbinenhaus Turbenthal

Turbinenhaus Rosenberg

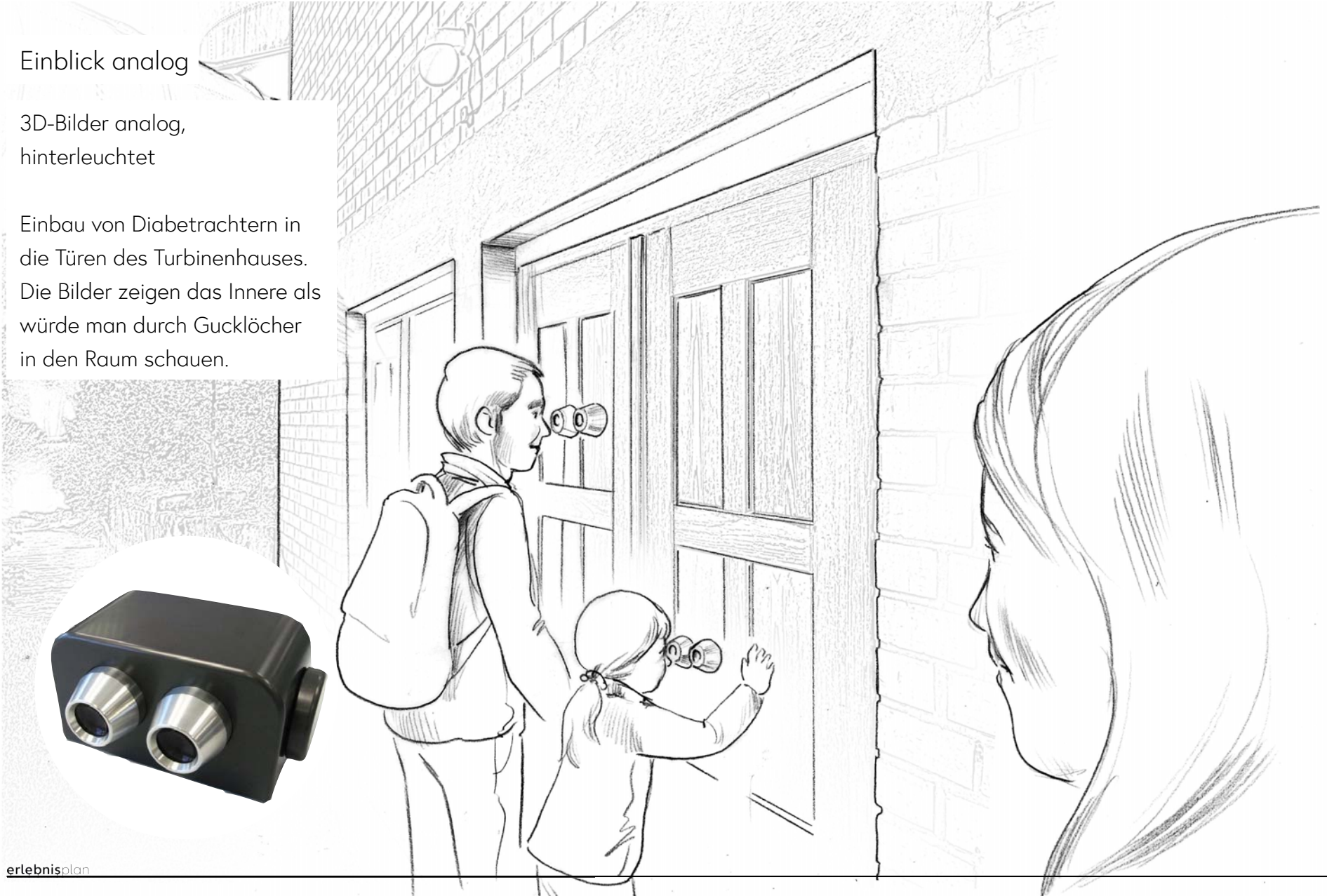
Treffpunkt

## Erlebnis Wasserkraft - Station Turbinenhaus Kollbrunn

Einblick analog

3D-Bilder analog,  
hinterleuchtet

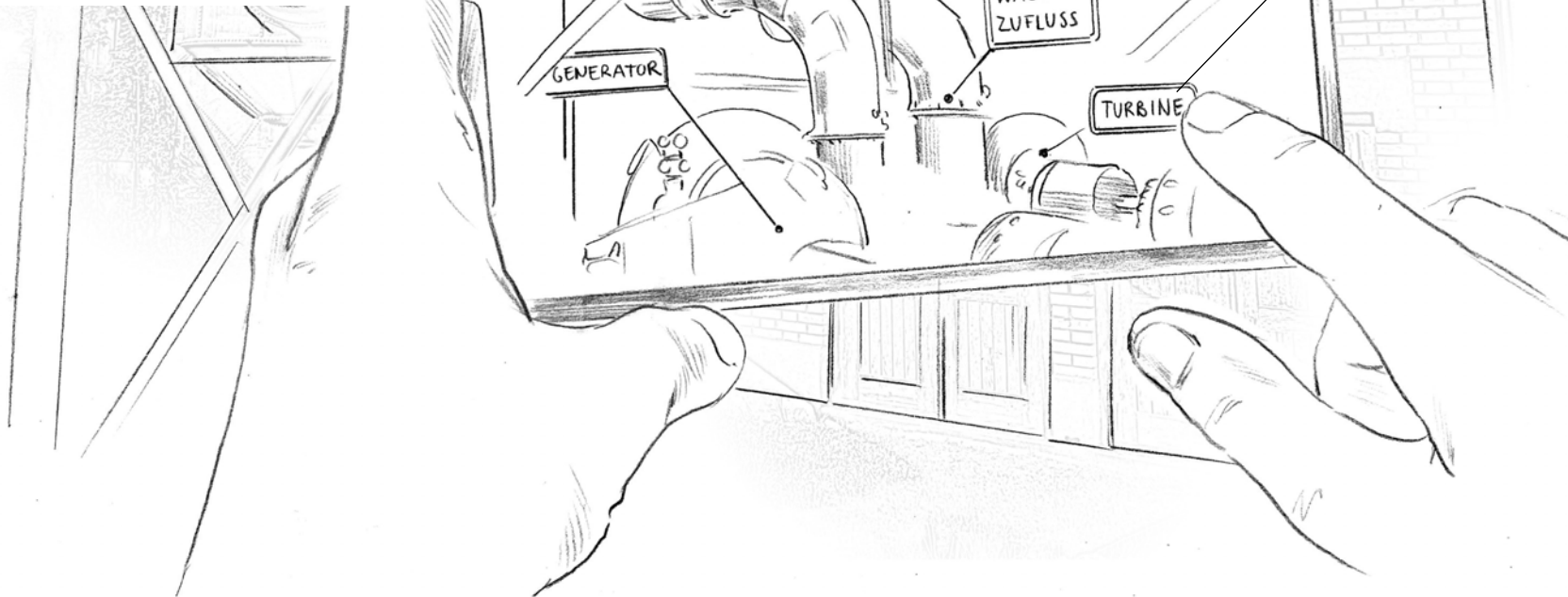
Einbau von Diabetrachtern in  
die Türen des Turbinenhauses.  
Die Bilder zeigen das Innere als  
würde man durch Gucklöcher  
in den Raum schauen.



## Einblick mittels Augmented Reality

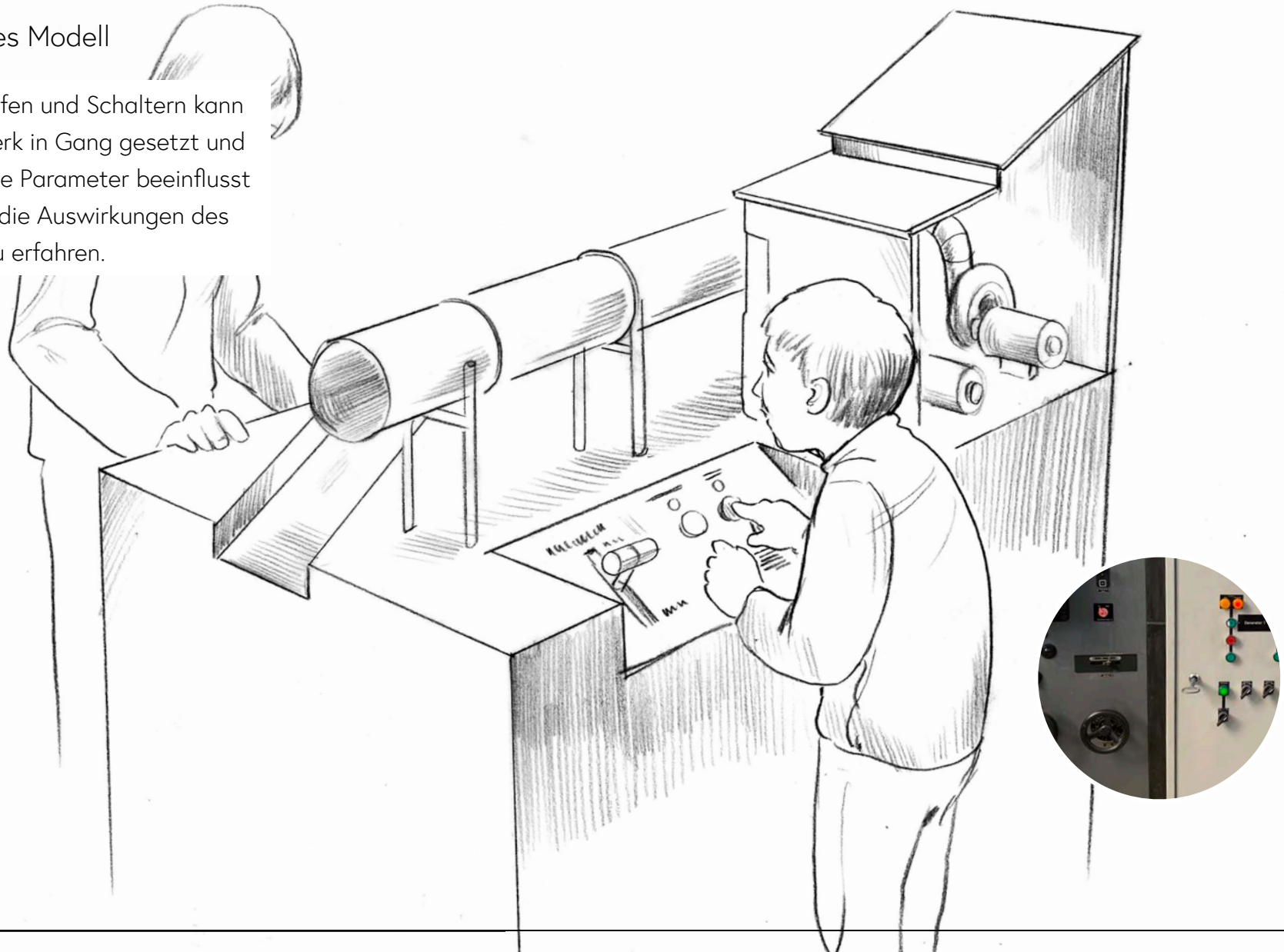
Das Smartphone wird über das Gebäude geführt. Es funktioniert wie eine Art Röntgen Gerät, das die Wand durchleuchtet und zeigt was sich dahinter befindet. Über Icons können Zusatzinformationen abgerufen werden.

Abgerufen von Zusatzinformationen



## Interaktives Modell

mittels Klopfen und Schaltern kann das Kraftwerk in Gang gesetzt und verschiedene Parameter beeinflusst werden um die Auswirkungen des Handelns zu erfahren.

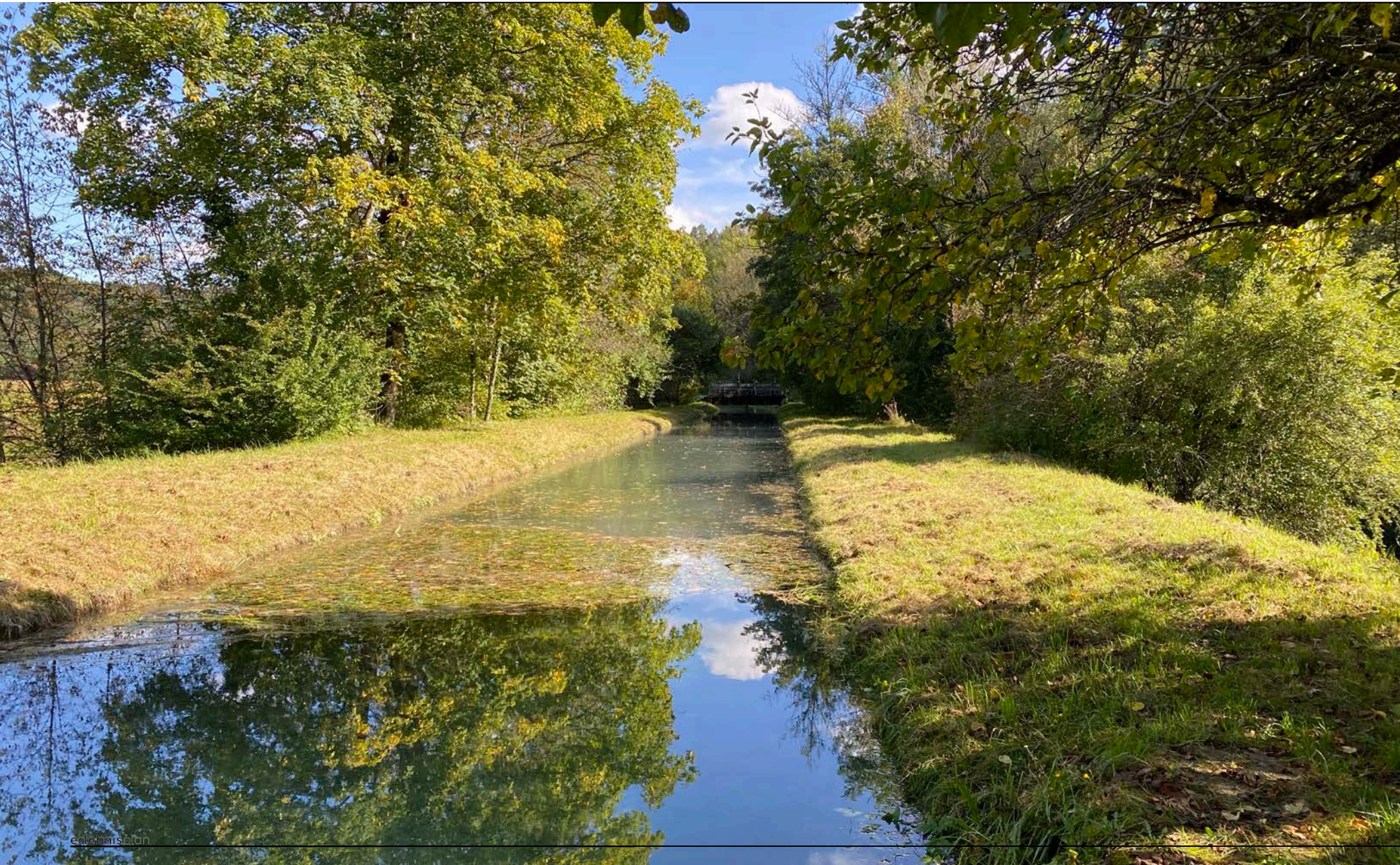




- Gesteigerte Attraktivität des Erlebnisraums Tösstal
- Aufmerksamkeit am touristischen Markt da das Erlebnis Wasserkraft ein darstellbares Produkt ist
- Verstärkte Sichtbarkeit des für das Tösstal wichtige Thema Textilindustrie
- Aufbereitete und zugängliche Informationen der industriellen Strukturen
- Gesteigerte Erlebnisdichte durch die Fortbewegung mit dem Velo. Weit auseinander liegende Ausflugsziele sind dadurch schneller erreichbar. Fahrradwege können vermehrt der Töss entlang führen, was die Erlebnisintensität des Fahrradfahrens verstärken würde

# Kanal Erlebnis Kollbrunn

Entwicklungskonzept Tösswege  
Kanal Erlebnis Kollbrunn





- Der Kanal, welcher das Wasser für das kleine Kraftwerk in Kollbrunn zuleitet ist attraktiv und lädt zum Verweilen ein
- Das ruhig fliessende Wasser übt eine grosse Faszination aus
- Die Kanalsysteme dienen der Gewinnung von elektrischer Energie ursprünglich zur Nutzung in der Textilindustrie
- Ein offizieller Weg ist nicht vorhanden, jedoch lässt sich sogar auf kartografischen Luftaufnahmen erkennen, dass die Ufer des Kanals als Fussweg genutzt werden
- Der Weg entlang des ruhig fliessenden Wassers könnte zu einem besonderen Angebot weiterentwickelt werden

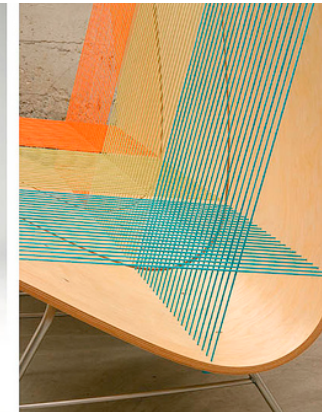


# Entwicklungskonzept Tösswege Kanal Erlebnis Kollbrunn



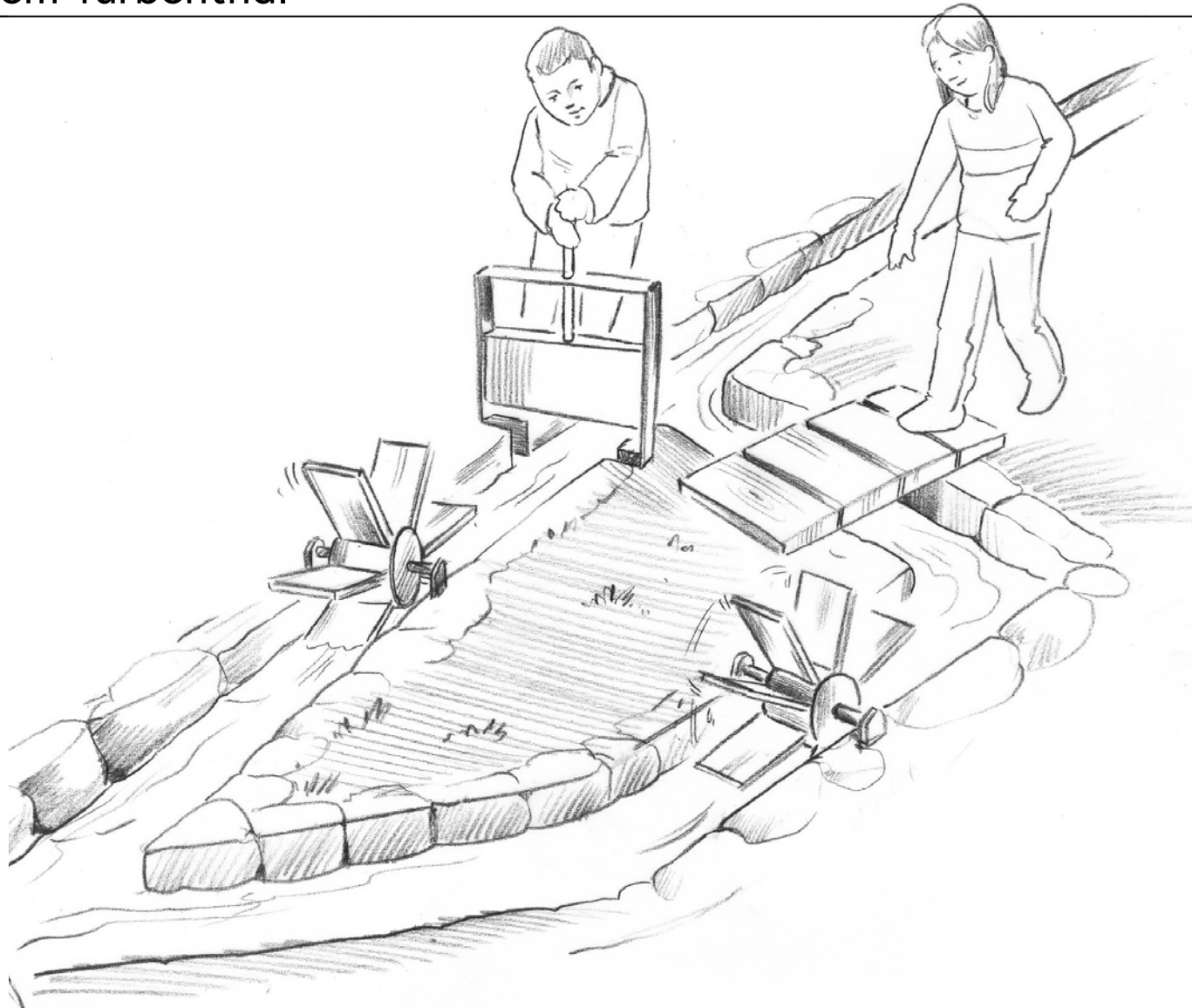
Gesamtdistanz: ca. 4km  
Gehdauer\*: ca. 1.5h  
Nutzergruppe: Ruhesuchende,  
Naturverbundene, Kunstinteressierte, Ü50  
Verpflegungsmöglichkeit unterwegs: nein  
\* 20min/km

Verschiedene kinetische Installationen mit Bezug zur vergangenen lokalen Industrie, angetrieben durch den stetigen sanften Fluss des Wassers können auf dem Kanalweg entdeckt werden. Sie bieten die Möglichkeit sich auf gestalterischer und künstlerischer Ebene mit diesen Themen auseinander zu setzen. Genussmobiliar bietet die Gelegenheit das geschäftige Treiben der Kunstobjekte für eine gewisse Zeit zu beobachten.



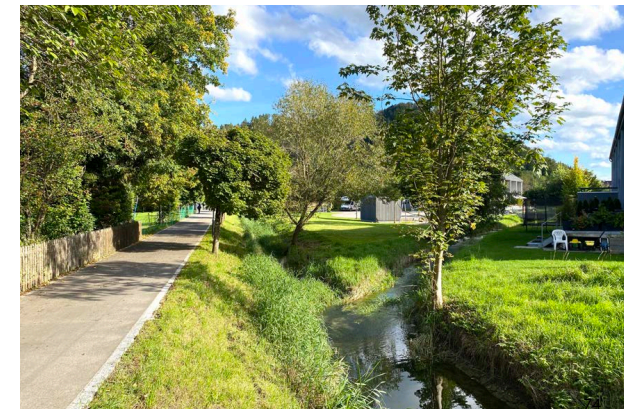
# Kanalsystem Turbenthal



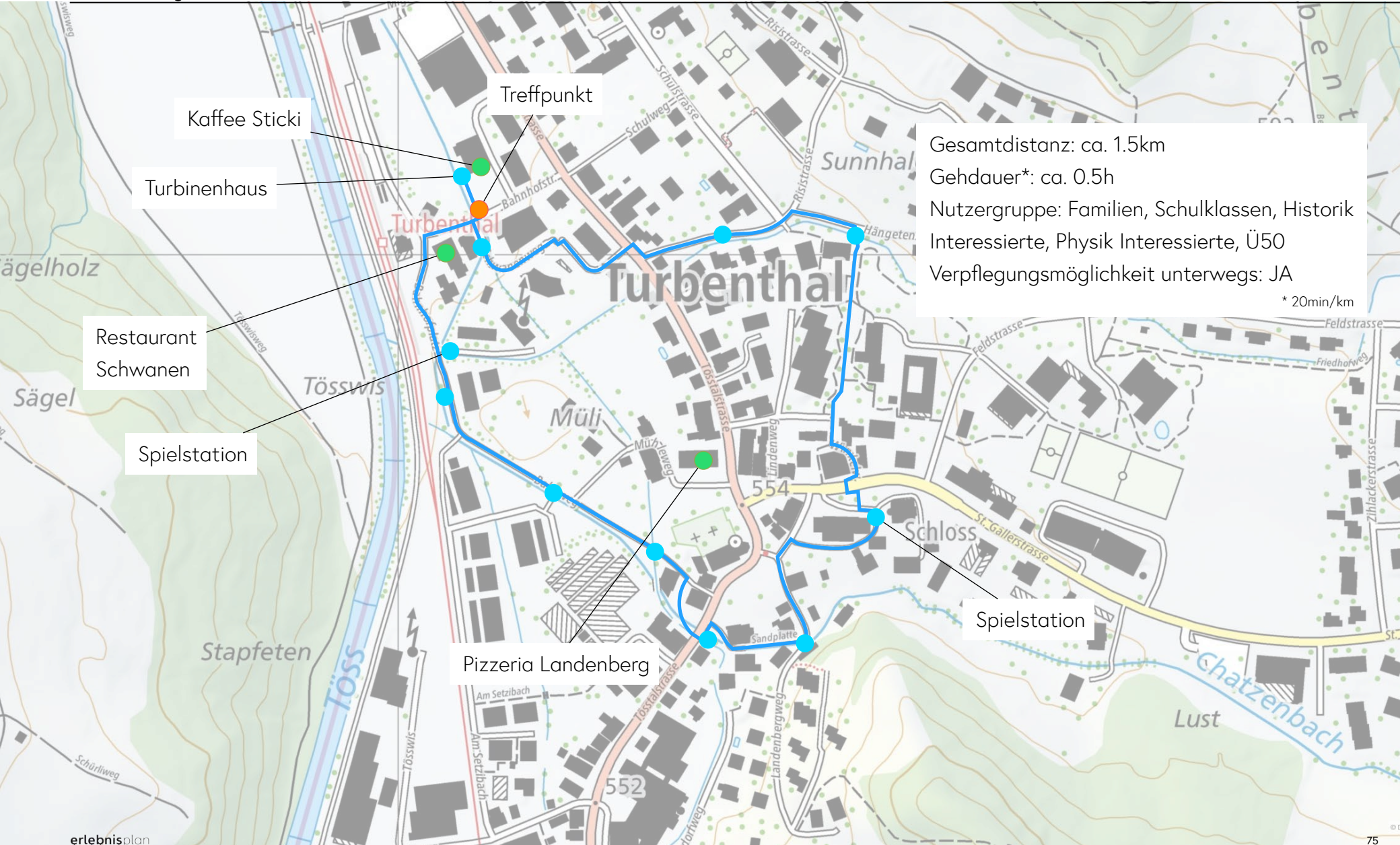


- Das Kanalsystem in Turbenthal prägt das Dorfbild
- Da es nicht mehr wie früher zur Gewinnung von Energie und zum Antrieb von Maschinen genutzt wird, hat es nur noch einen ästhetischen Charakter
- Wenige Gebäude, z.B. das Turbinenhaus beim Bahnhof zeugen vom ursprünglichen Nutzen
- Einige spannende Einrichtungen wie ein Kanal, der einen andern überquert gibt es zu sehen
- Entlang vieler Kanäle gibt es einen Fussweg

Wasserspiele, Stauen und lenken  
Verteilt im ganzen Dorf  
Dorfrundgang mit interaktiven Stationen

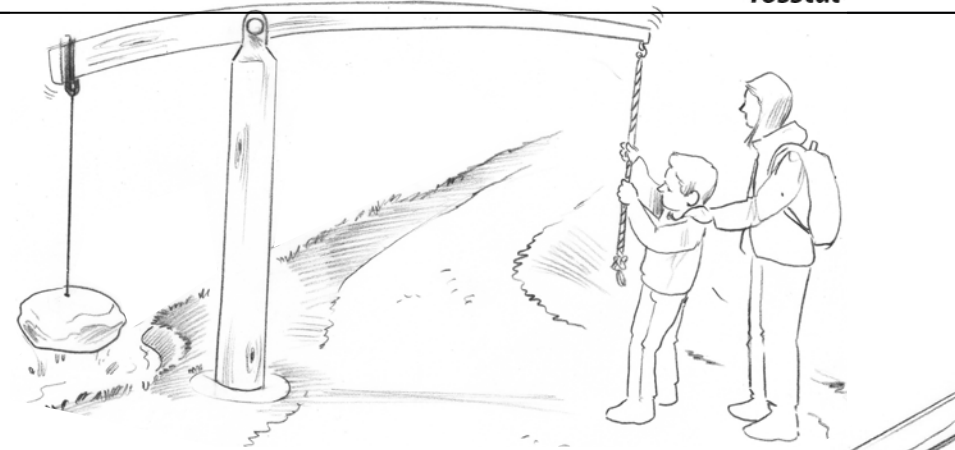


# Kanalsystem Turbenthal

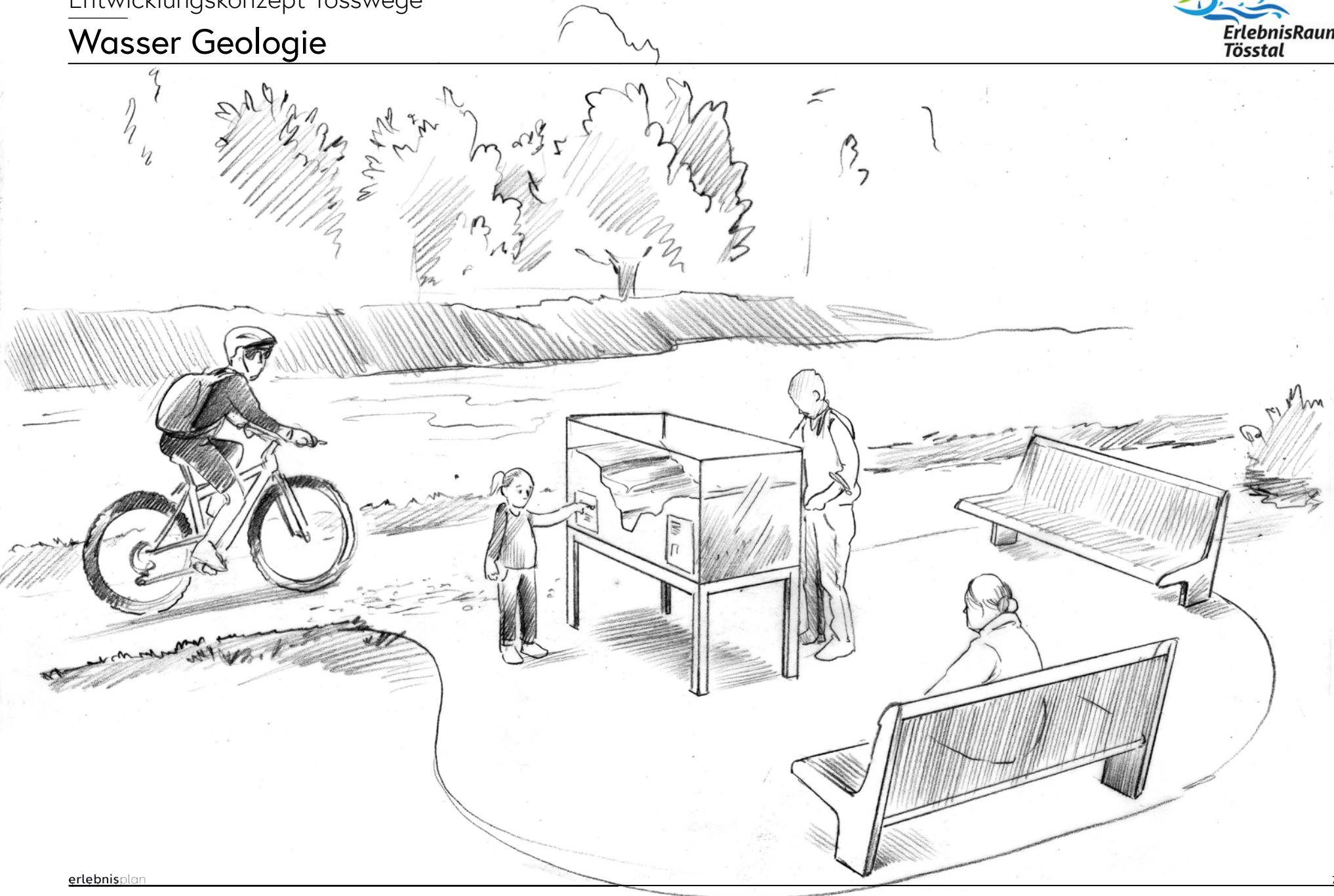




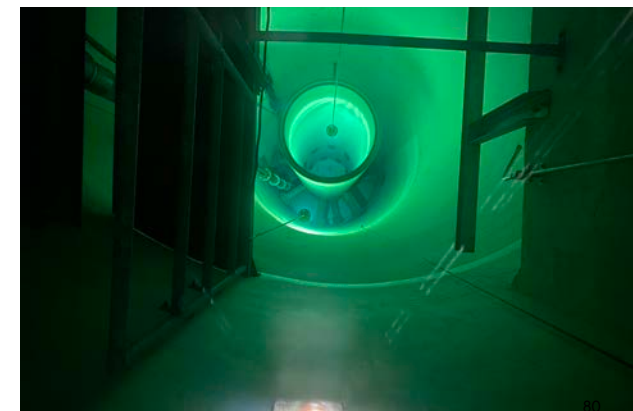
Ein Rundweg führt entlang den schönsten Kanälen durch Turbenthal. Nicht nur wird die frühere Nutzung der Kanäle aufgearbeitet und auf Besonderheiten hingewiesen, sondern entlang der gesamten Wegstrecke sind immer wieder Installationen zu finden, welche die ursprünglichen Verwendung thematisieren aber auch physikalische Experimente mit Wasser zum selber ausprobieren aufgreifen. Der ganze Weg wird damit zum Erlebnis für Familien, Schulklassen und andere Forscher.



# Wasser Geologie



- Die Geologie des Tössstals ist im Hinblick des Wasser einzigartig
- Das Phänomen ist nicht auffällig, kann aber zum Verständnis einiger Ereignisse beitragen
- Die Wassermengen Messstellen in der Töss sind gut sichtbar
- Der Horizontalbrunnen in Turbenthal ist sehenswert
- Das Phänomen wird bereit auf Tafeln den Gästen erschlossen. Mit interaktiven Installationen können Gäste die Vorgänge besser „begreifen“
- Die Wasser Geologie Stationen sind nicht auf einer Route miteinander verbunden, sondern sind Einzelstationen an sinnvollen Orten: Wassermenge Messstation, Horizontalbrunnen in Turbenthal, etc.



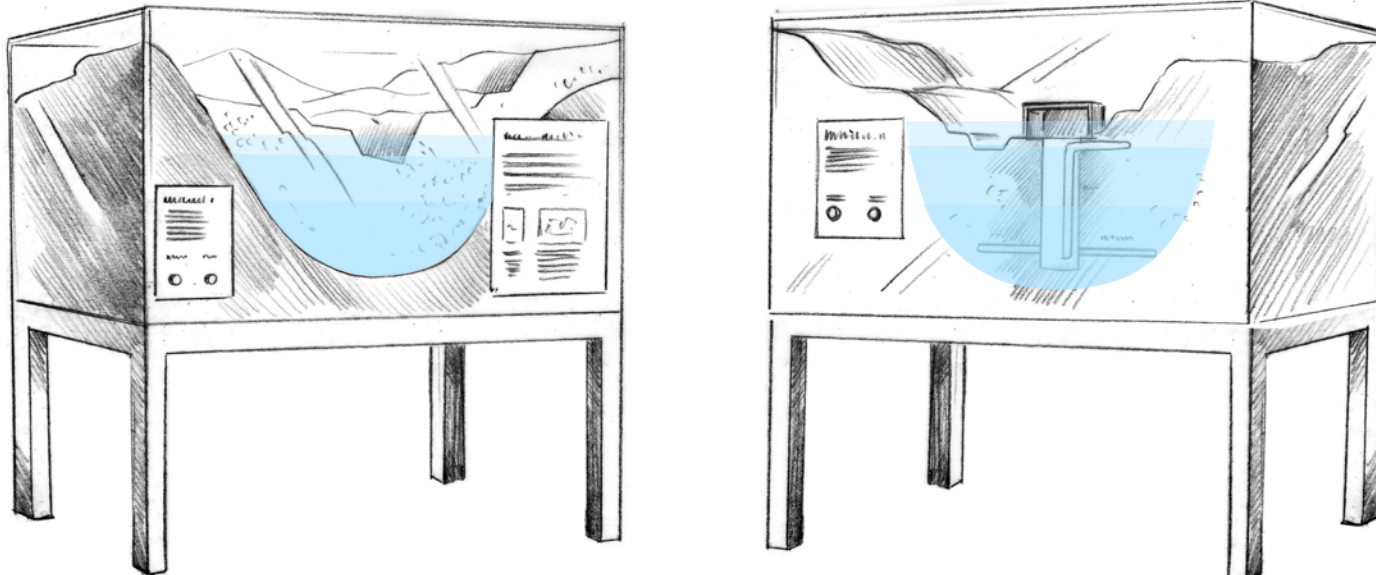


# Wasser Geologie - Bsp. Horizontalbrunnen Turbenthal



## Wasser Geologie - Massnahmen

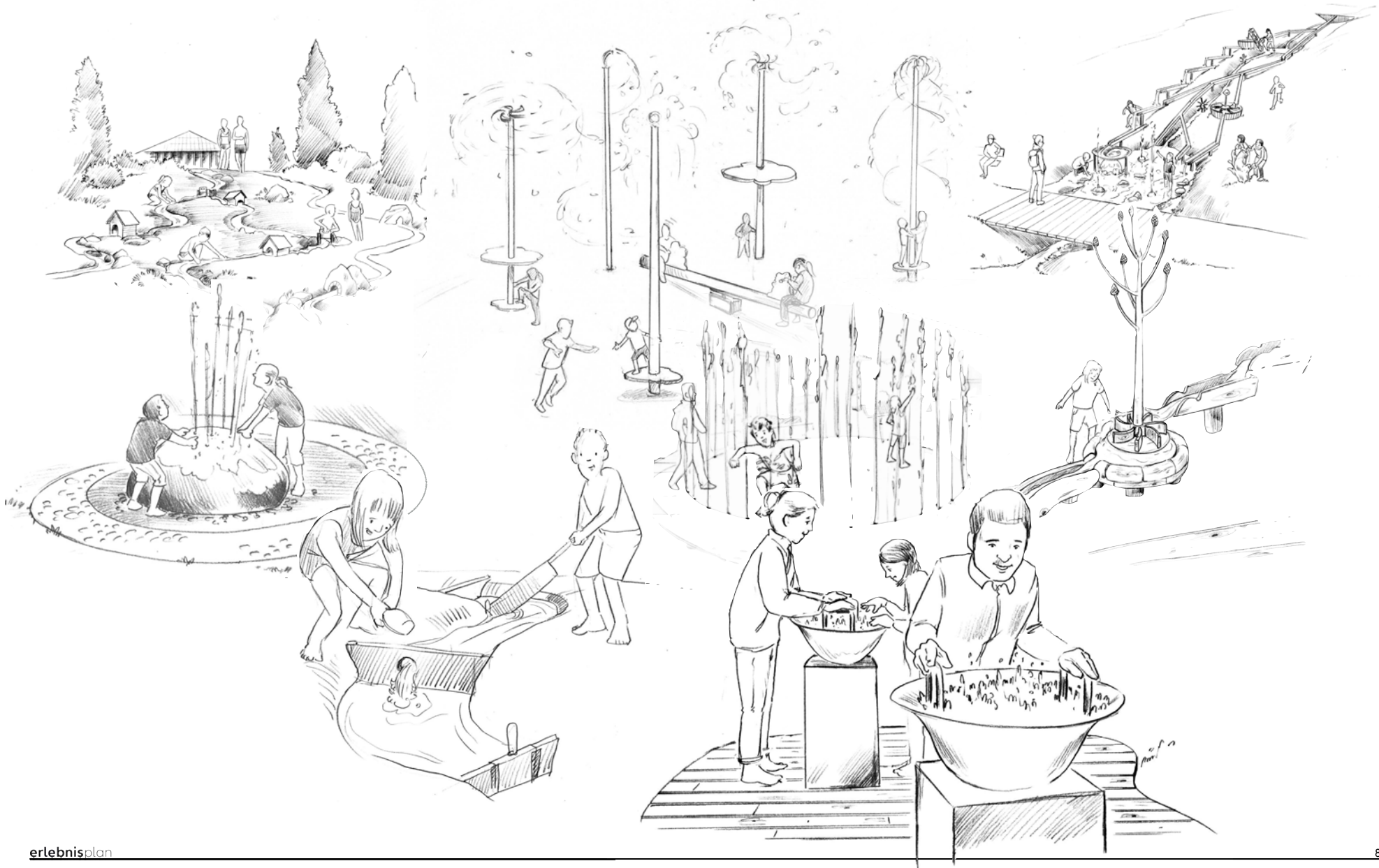
An der interaktiven Station kann per Knopfdruck Hoch- bzw. Niedrigwasser simuliert werden. Im geschlossenen System kann das Ansteigen und Absinken des Wasserpegels beobachtet und dessen Auswirkung erfahren werden. Das geologische und topografische Modell kann mit Modell Figuren ausgestattet Geschichten erzählen und somit zu den geologischen Informationen einen Unterhaltungswert bieten.



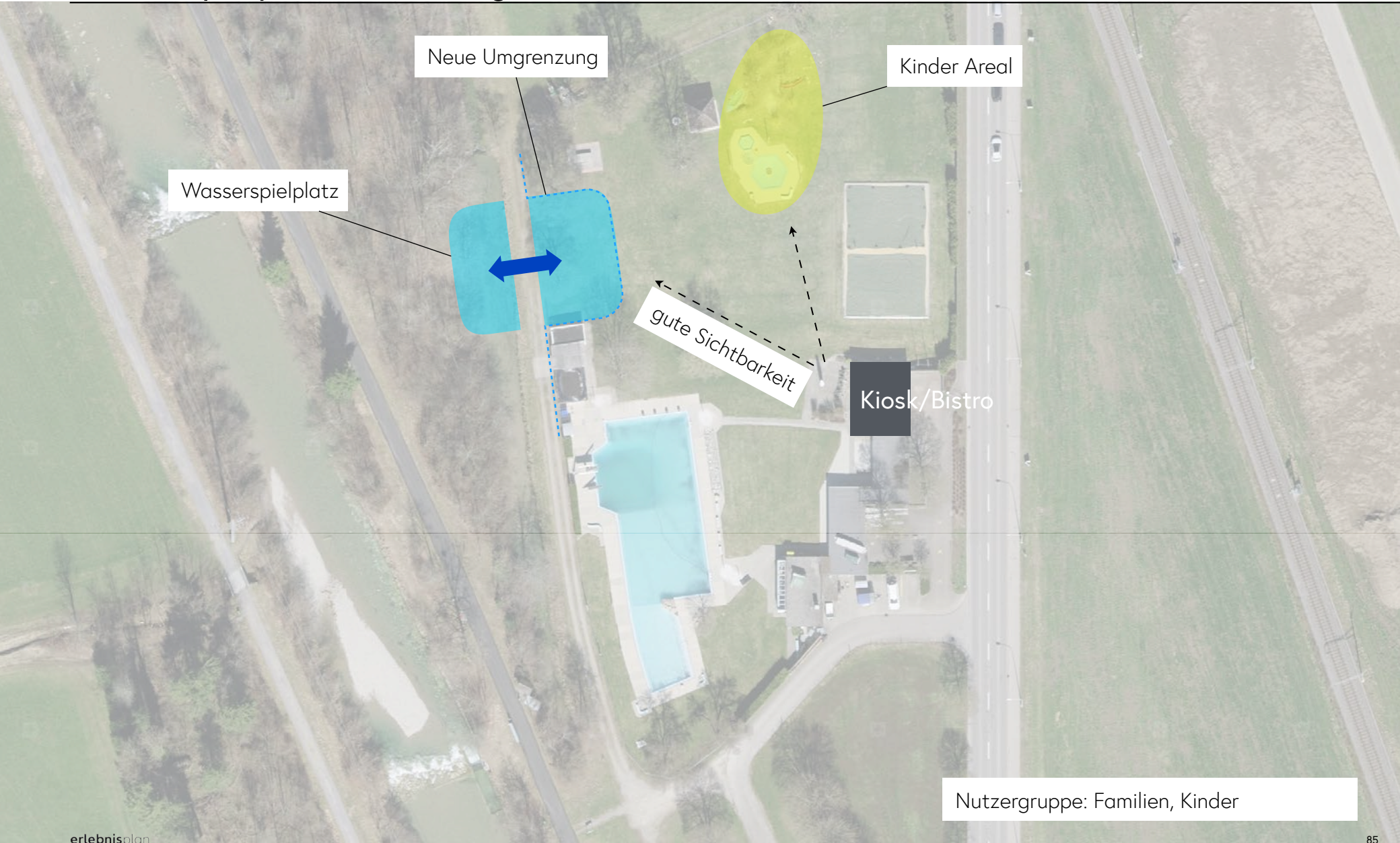
Inszenierungsbeispiel Miniatur  
Wunderland Hamburg

# Wasserspielplatz Badi Neuguet

# Wasserspielplatz Badi Neuguet



# Wasserspielplatz Badi Neuguet



Wasserspielplatz

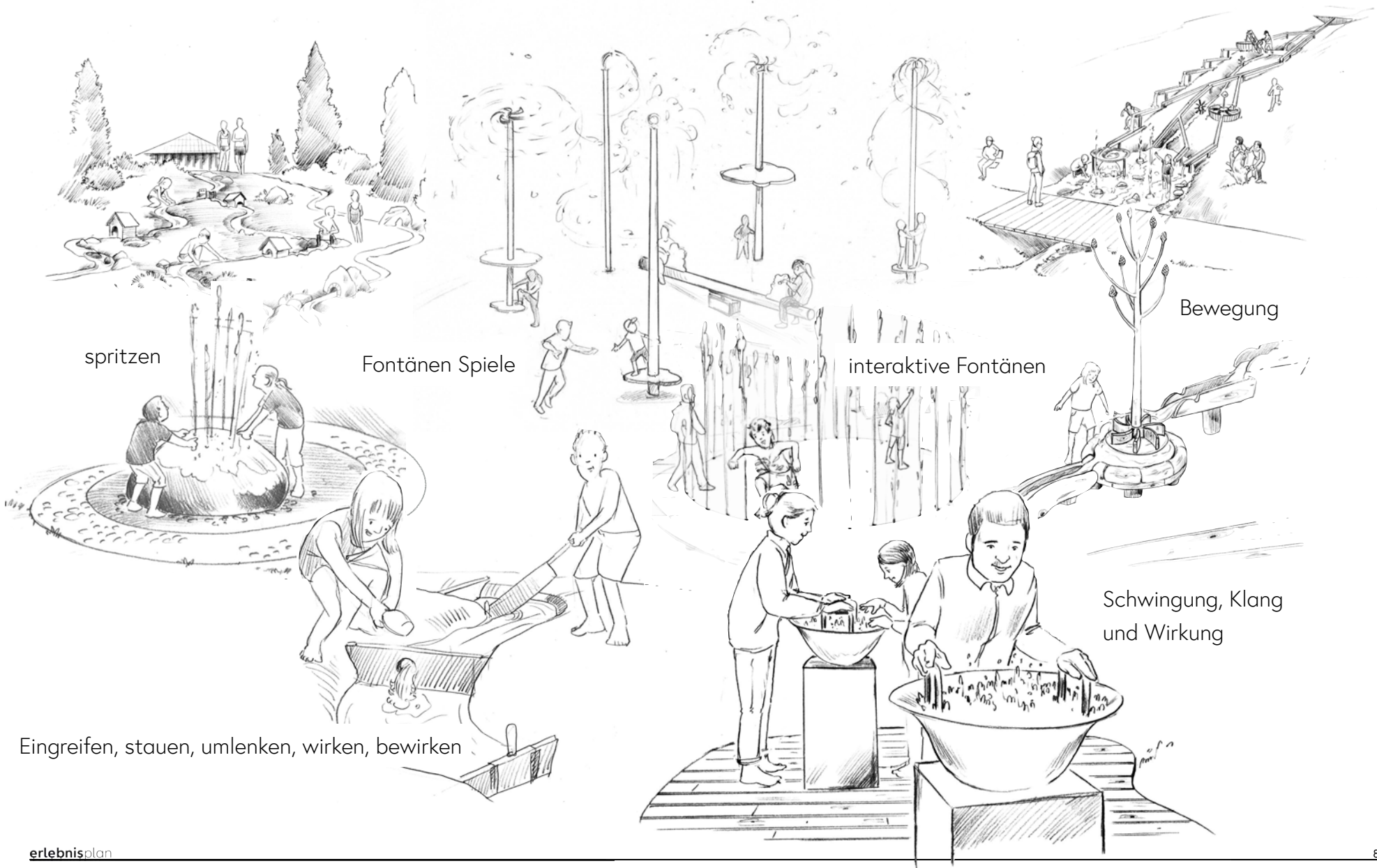
Neue Umgrenzung

Kinder Areal

gute Sichtbarkeit

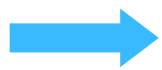
Kiosk/Bistro

Nutzergruppe: Familien, Kinder



# Wasserspielplatz Badi Neuguet

- Als thematisches Gestaltungsmittel eignet sich Tossa
- Der Wasserspielplatz erweitert das Angebot des Freibades und steigert die Attraktivität für Familien und Kinder
- Das Areal des Wasserspielplatzes ist öffentlich aber vom Freibad her per Badge auch (und vor allem) für Gäste des Freibades zugänglich



Der öffentliche Spielplatz macht Passanten und Ausflügler auf das Freibad aufmerksam um sie als potenzielle Gäste zu akquirieren



## Wasserspielplatz Badi Neuguet - Effekte

---

- Gesteigerte Attraktivität des Erlebnisraums Tössstal
- Verbesserte Sichtbarkeit der Badi für Passanten und Ausflügler
- Gesteigerte Angebotsvielfalt für die Badi => gesteigerte Attraktivität => verbesserter Umsatz (Wertschöpfung)
- Emotionalen und sensorischen Zugang zum Thema Wasser => einprägsame und nachhaltige Erlebnisse



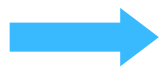
# Burgruinen

# Burgruinen

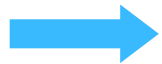


## Burgruinen

- Die drei Burgruinen Altlandenbergr, Hochlandenbergr und Breitlandenbergr sollen touristisch erschlossen werden
- Die Ruine Altlandenbergr ist relativ gut rekonstruiert
- Von der Ruine Hochlandenbergr existieren noch drei Hügel, welche mit zwei Brücken verbunden sind
- Ein einziges Gebäude besteht noch von der Ruine Breitlandenbergr. Der Rest ist kaum mehr zu erkennen



Die Burgen werden in einem Rätsel und Suchspiel inszeniert.  
Informationen werden im Suchspiel integriert vermittelt.



Für Erwachsene sollen die Informationen ebenfalls interessant aufgearbeitet werden, dies allerdings beschränkt auf den (ehemaligen) Standort der Burgen.



# Die drei Landenberger Burgritter



der Alte

der Hohe

der Breite

## Vermittlungsziel

- Lernen über die Kultur und das Leben der Ritter
- Warum es im Tössstal (und in anderen Tälern) so viele Burgen gab - Bezug zum Wasser herstellen
- Darstellen der historischen Fakten
- Heraufbeschwören einer fantastischen Zeit
- Bilder der ehemaligen Burgen schaffen

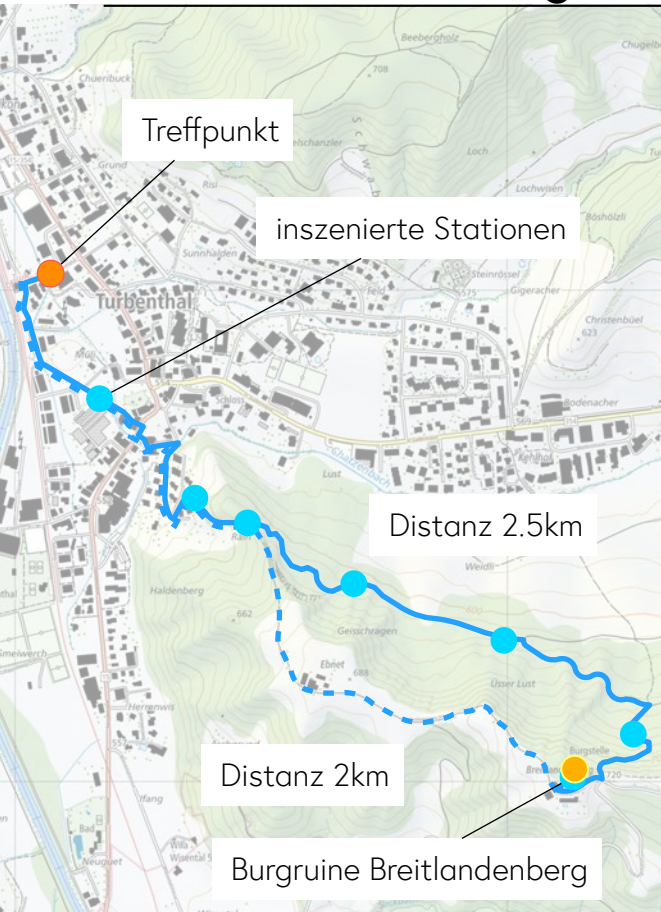
## Touristische Ziele

- Aufenthaltsqualität (Tische, Bänke)
- Grillstellen (Lunch Paket erwerblich, Hofladen)
- Spiele (Schwertkampf, Balancieren, Klettern, etc.)

## Spielziel

Sammeln der grossen Prägestempel in den Schatzkisten aller drei Burgen => Belohnung (z.B. ein Rittermahl in einem Restaurant)

# Die drei Landenberger Burgritter

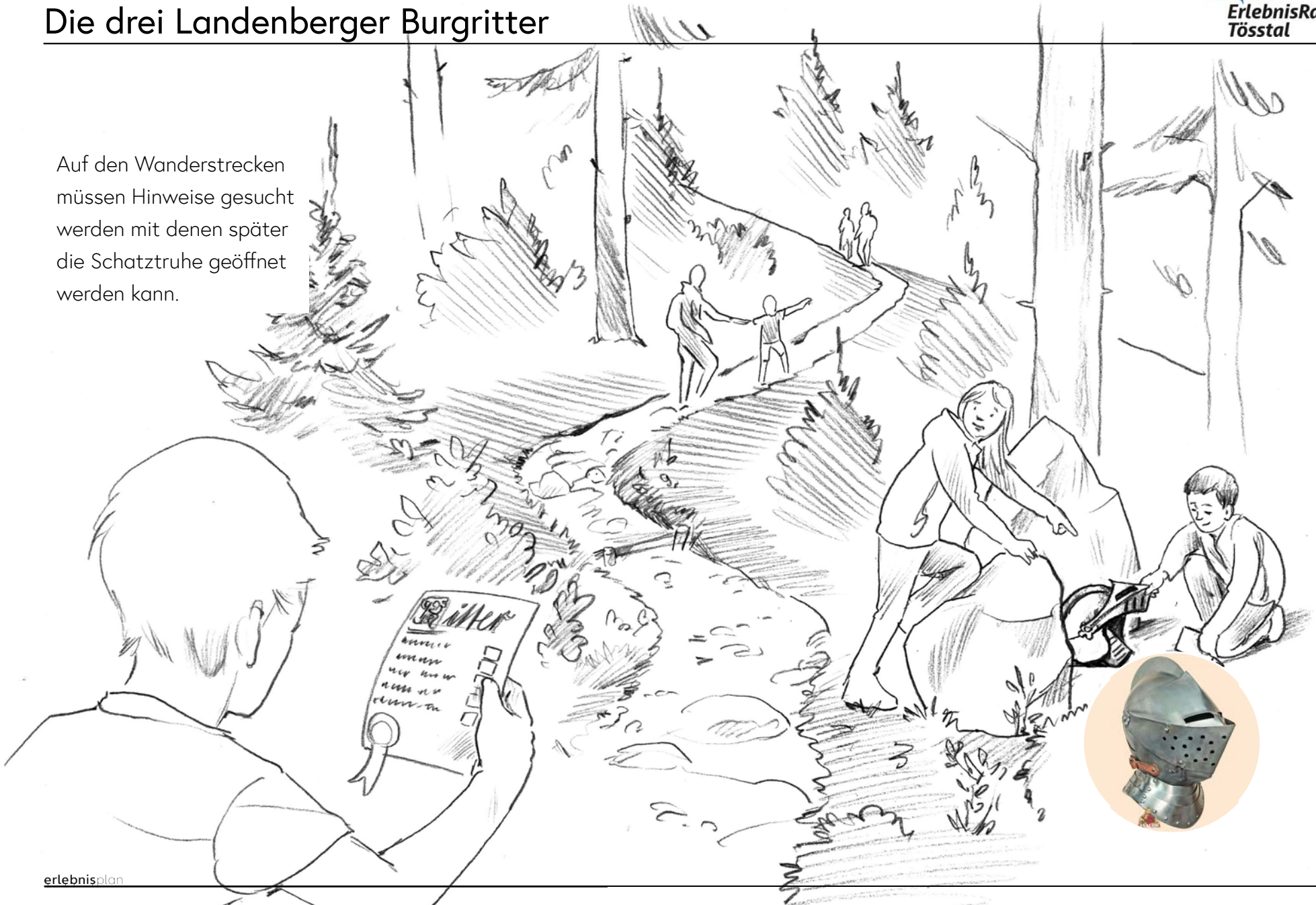


Gesamtdistanz: ca. 4.5km  
Gehdauer\*: ca. 2h hoch, 1h runter  
Nutzergruppe: Wissensdurstige,  
Schulklassen, Kinder 8-12 Jahre, Ü50  
Verpflegungsmöglichkeit unterwegs: nein  
\* 20min/km



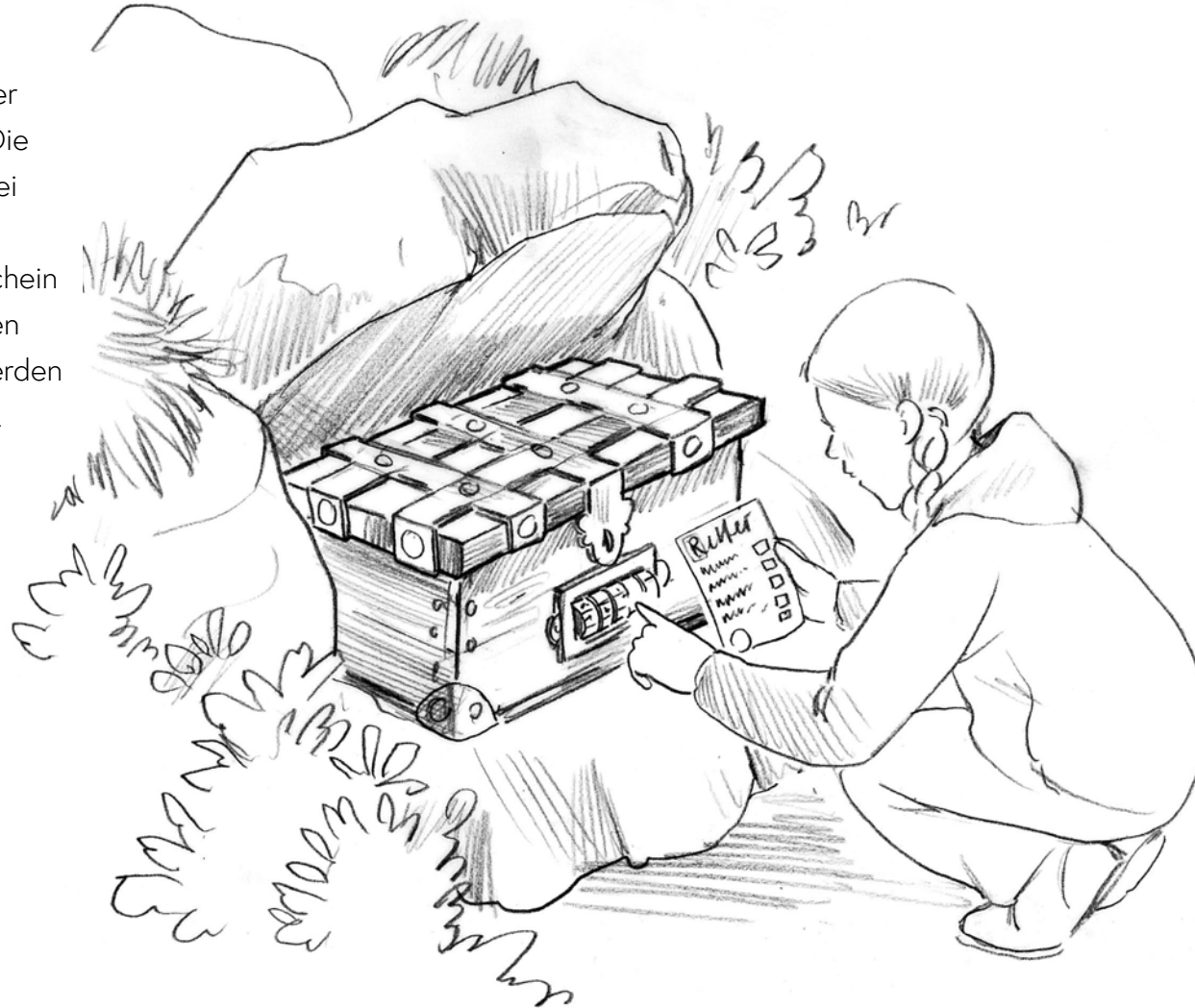
## Die drei Landenberger Burgritter

Auf den Wanderstrecken  
müssen Hinweise gesucht  
werden mit denen später  
die Schatztruhe geöffnet  
werden kann.



## Die drei Landenberger Burgritter

In der Truhe ist ein schöner  
Prägestempel zu finden. Die  
mit den Stempeln aller drei  
Burgruinen geprägte  
Spielkarte dient als Gutschein  
und kann bei einem lokalen  
Dienstleister eingelöst werden  
(z.B. in einem Restaurant).



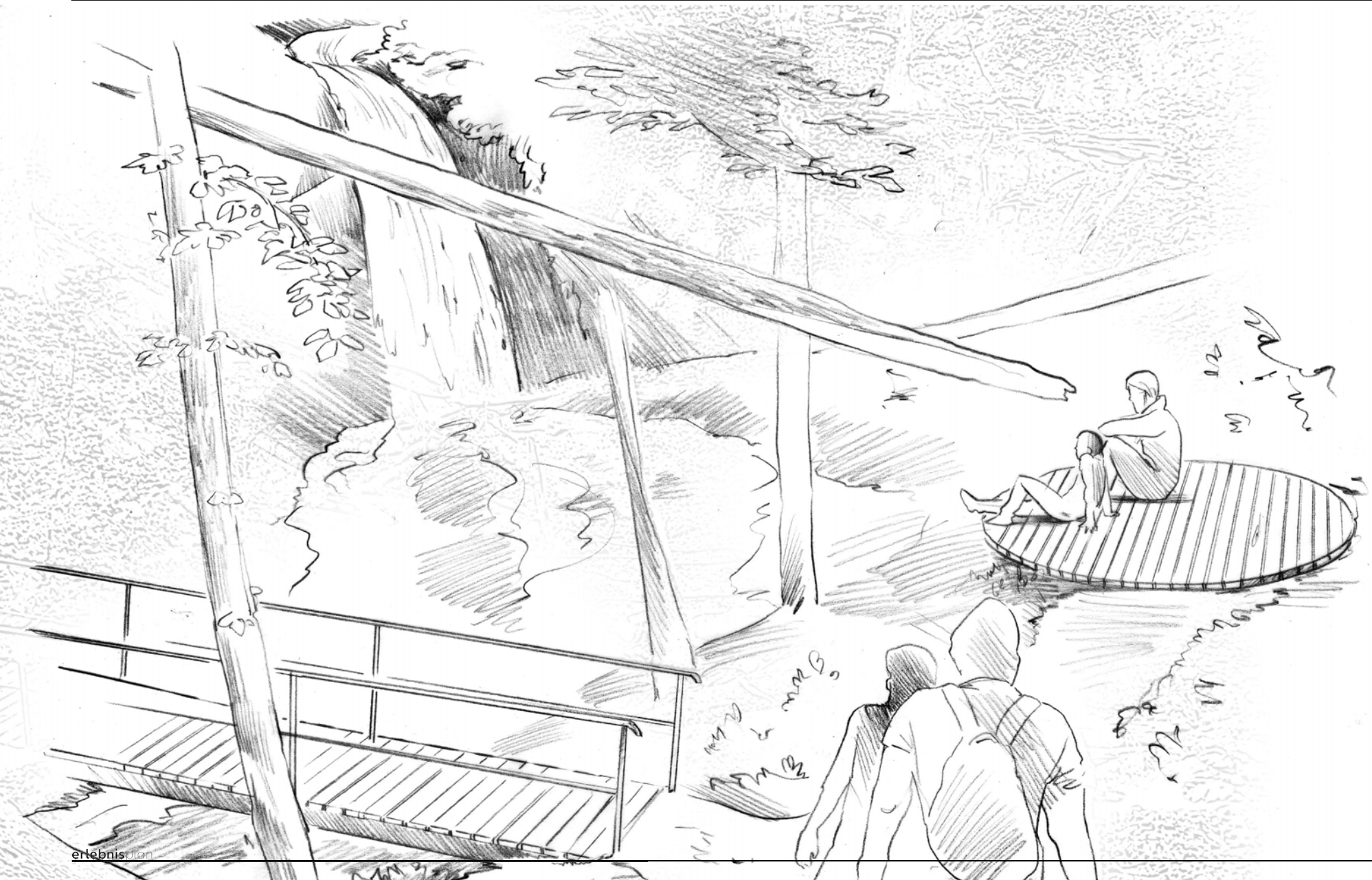


## Die drei Landenberger Burgritter - Effekte

---

- Gesteigerte Attraktivität des Erlebnisraums Tösstal
- Aufmerksamkeit am touristischen Markt da das Suchspiel ein darstellbares und vermarktbares Produkt ist
- Anregung zum wiederholten Besuch im Tösstal: die Rätsel aller der drei Einzelrouten müssen für die Belohnung gelöst werden
- Anregung zur Konsumation:
  - Die Belohnung des Suchspiels gilt für den Spielenden. Es ist davon auszugehen, dass dieser nicht allein reist. Bei einer Belohnung in einem Restaurant, werden die Mitreisenden ebenfalls etwas konsumieren.
  - Ein lokales Produkt als Gewinn dient als Werbung für den Produzenten.

# Chämmerlibach



# Chämmerlibach

- Der Chämmerlibach ist ein verstecktes Kleinod, ein verträumtes Tal mit pittoresken Bücken und verspieltem Wegverlauf
- Die Zugänglichkeit ist verkehrstechnisch erschwert, bzw. um das Tal zu erreichen, muss eine relativ grosse unspektakuläre Wegstrecke zurückgelegt werden
- Das Tal ist schattig und eignet sich vor allem in der heissen Sommerzeit für den Aufenthalt
- Das Tal ist eng und ruhig und eignet sich kaum für grossräumige Inszenierungen



# Chämmerlibach



Gesamtdistanz: ca. 4.5km (8km)  
Gehdauer\*: ca. 2h (3h)  
Nutzergruppe: Geniesser, Ruhesuchende,  
Naturverbunden, Ü50  
Verpflegungsmöglichkeit unterwegs: JA

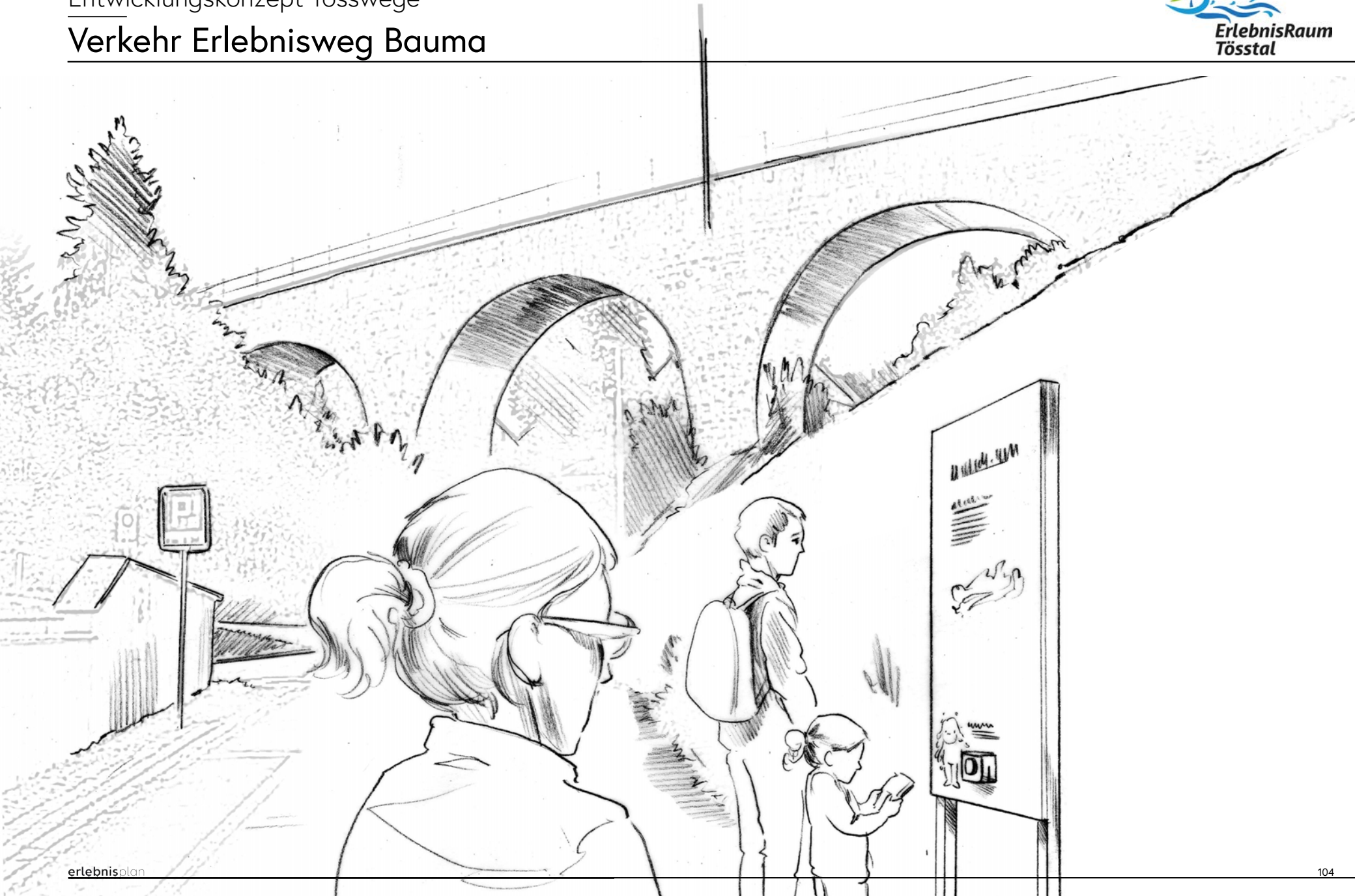
\* 20min/km

Das ruhige Tal eignet sich als Genussort wo man der Kraft der Natur näher kommt. Es sind daher sanfte Massnahmen vorgesehen:

- Instandstellung beschädigter Strukturen
- Sitz- und Liege Plattformen zum Ruhen und Geniessen
- Aussichtsplattformen, die den Blick auf die teils spektakuläre Giessen ermöglichen
- Denkbar wäre auch das aufgreifen von regionalen Geschichten, Mythen und Sagen



# Verkehr Erlebnisweg Bauma





- Die Bewohner und Nutzer haben das Tösstal nach ihren Bedürfnissen gestaltet. Verschiedene Eingriffe können nach wie vor rund um Bauma entdeckt werden:
  - Die Kanalisierung der Töss ermöglicht den Ausbau von Verkehrswegen (Strasse, Eisenbahn)
  - Mit einer grossen Kehrschlaufe um beinahe ganz Bauma kann das höher gelegene Neuthal erreicht werden. Verschiedene Bauten wie Viadukte waren dafür nötig
  - Westlich von Bauma zeugt eine Autobahnzufahrt von vergangenen Absichten, das Tösstal mit einer Autobahn zu erschliessen
  - Die Renaturierung der Töss ist ein aktuelles Thema





## Verkehr Erlebnisweg Bauma - Massnahmen

An mehreren Stationen rund um Bauma werden verschiedene Aspekte im Zusammenhang mit dem Thema Verkehr besprochen.

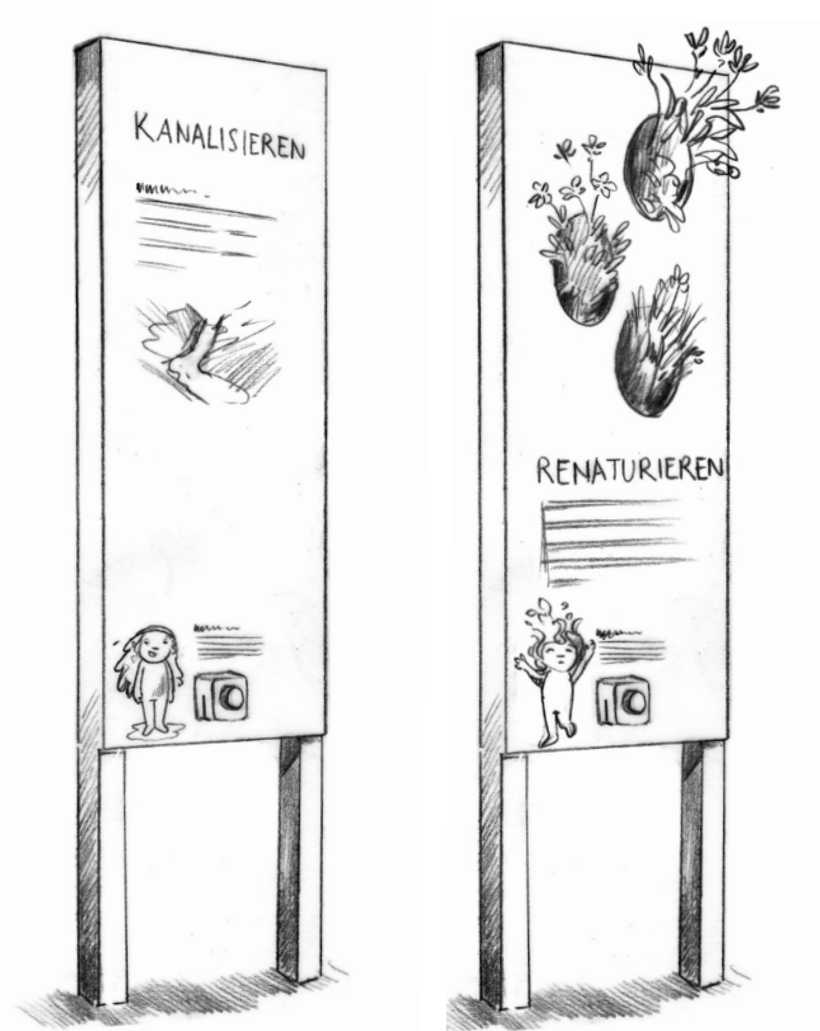
Das Maskottchen Tossa bietet Kinder mit einem Sammelspiel zusätzlichen Anreiz den Weg zu begehen.

Der Erlebnisweg lässt sich ideal an das DVZO angliedern und kann mit diesem eine Erlebnis Einheit bilden

Als Führung kann der Erlebnisweg zusätzliches Potenzial entwickeln

Mögliche Themen und Fragestellungen:

- Warum wurde die Töss kanalisiert
- Warum gibt es so viele Brücken
- Wo war der ursprüngliche Verlauf, das ursprüngliche Bachbett?
- Warum wurde das Tösstal mit der Eisenbahn erschlossen?
- Welche Bedeutung hat der Verkehr heute im Tösstal?
- Herausforderungen?
- Warum wird die Töss renaturiert? Warum ist das überhaupt möglich?



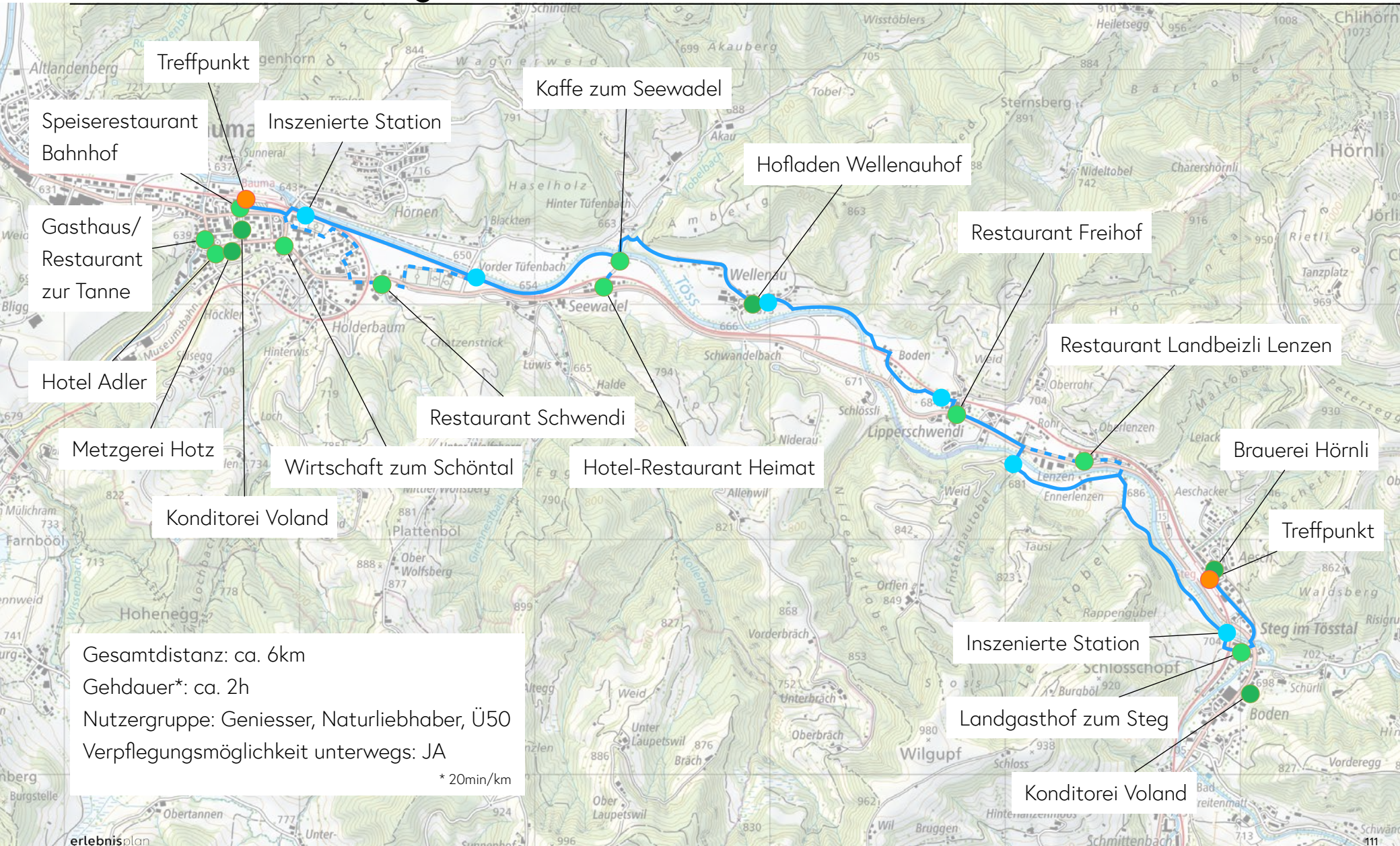
# Natur und Genuss Weg Tösstal



- Der Weg zwischen Steg und Bauma führt über sanfte und saftige Wiesen
- Die Siedlungen, welche man unterwegs durchquert sind ursprünglich und liebevoll gepflegt
- Viele gastronomische Betriebe und einige Produktionsstätten sind unterwegs anzutreffen
- Die Ortschaft Wellenau hat historisch eine besondere Bedeutung, weil hier noch ursprüngliche Flarz Bauten zu besichtigen sind



# Natur und Genuss Weg Tösstal



Der Natur und Genuss Weg Tösstal verbindet leichtes Wandern mit kulinarischen Genüssen. Damit können lokale Betriebe in einem buchbaren Angebot integriert werden. An verschiedenen Stationen werden lokale Gerichte von vorindustrieller Zeit bis heute vorgestellt und verschiedene Teilaspekte davon diskutiert - immer mit Bezug zum Wasser. Dies kann Anbaumethoden, Nutzpflanzen und -tiere, Spezialitäten und andere Besonderheiten im Zusammenhang mit Nahrung, Ernährung und Kochen umfassen. Die Verschiedenen Gänge eines Gerichts Apéro, Vorspeise, Hauptgang, Dessert/Nachspeise werden jeder in einer anderen gastronomischen Einrichtung konsumiert. So kann der Gast den Weg mühelos und gut gestärkt genossen werden!  
Zur Unterhaltung kann ein Ratespiel die anderen Genüsse begleiten.



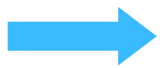


# Steg - Bachscheidi

# Steg - Bachscheidi



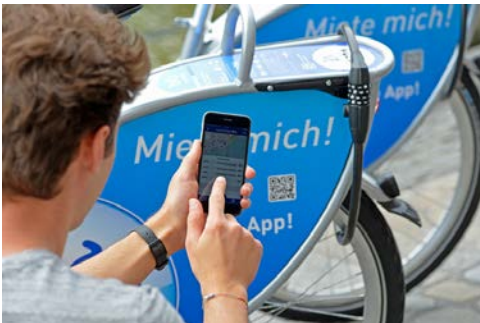
- Der Tösswald war vollständig gerodet
- Die Hänge waren daher nicht mehr fähig Wasser zu speichern und ausgleichend zu wirken
- Viele starke Überschwemmungen waren die Folge
- Die Erkennung des Zusammenhangs hat dazu geführt, dass der Wald wieder aufgeforstet wurde und heute zum wunderschönen Erholungsgebiet geworden ist

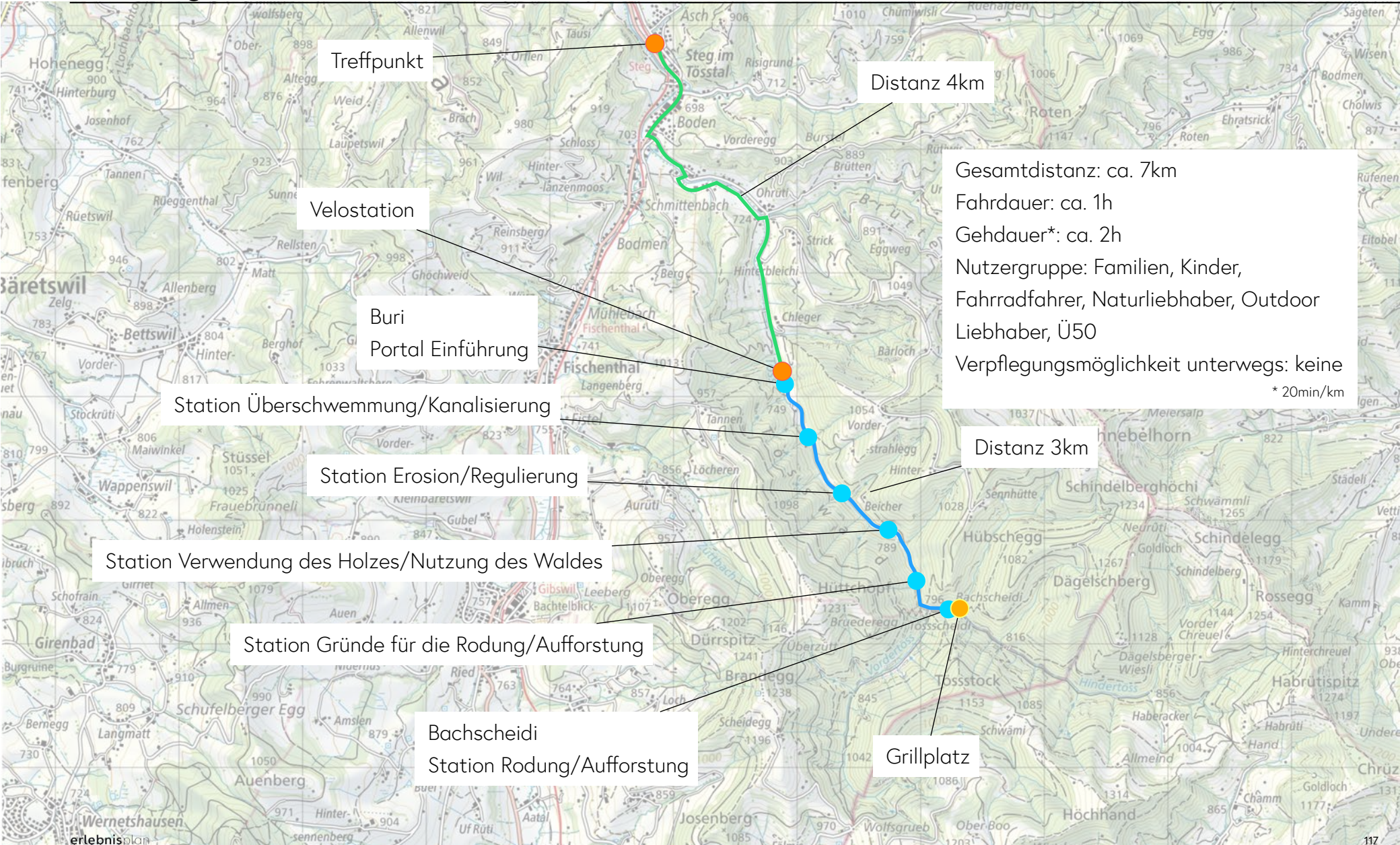


Die Geschichte des Tösswaldes dient als Themengrundlage zur Inszenierung des „Holzweges“

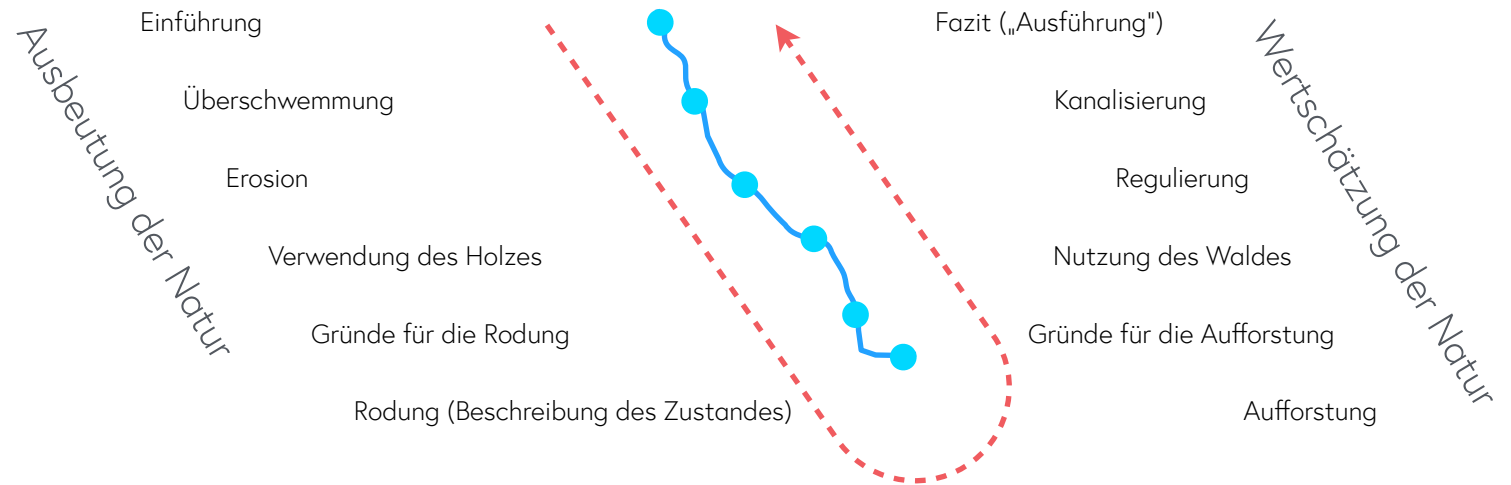


Die Strecke Steg - Buri ist nur stellenweise attraktiv für Wanderer. Zudem ist die Distanz für gewisse Nutzergruppen zu lang. Sie könnte mit dem Fahrrad überbrückt werden. Ein Fahrrad Verleih (ev. für das ganze Tössstal) könnte auswärtigen Gästen ermöglichen wenig spannende Strecken per Velo zurück zu legen.





Weil die vorgeschlagene Routenführung vorsieht, dass sowohl für die Hin- wie auch die Rückreise dieselbe Strecke gewandert wird, sind die inszenierten Station von beiden Richtung mit je einem Thema ausgestattet

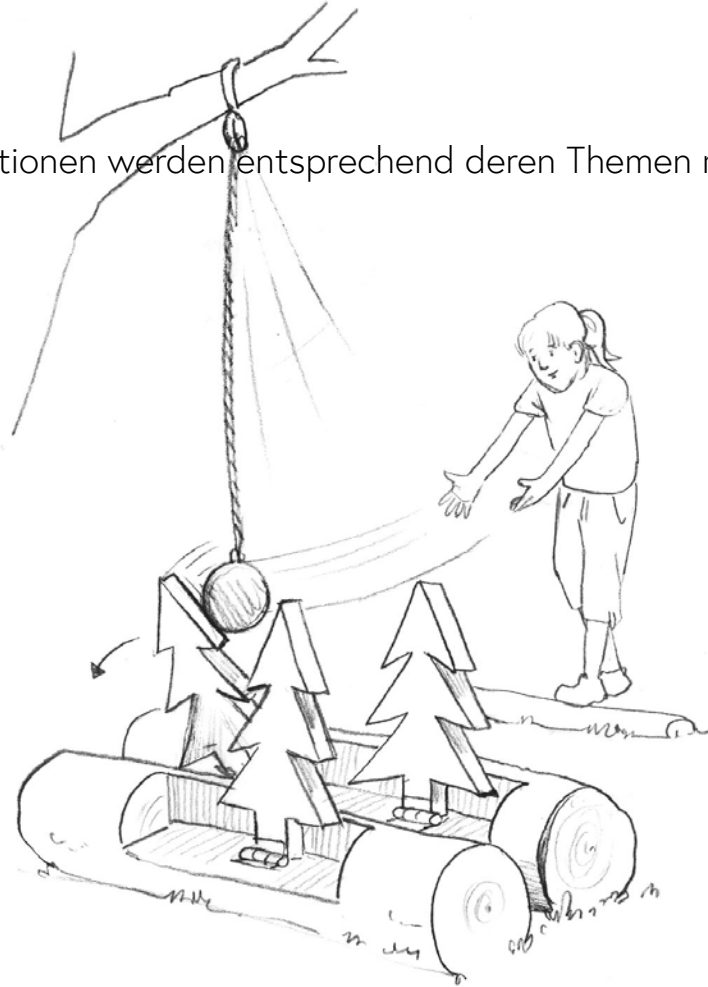


## Holzweg - Massnahmen

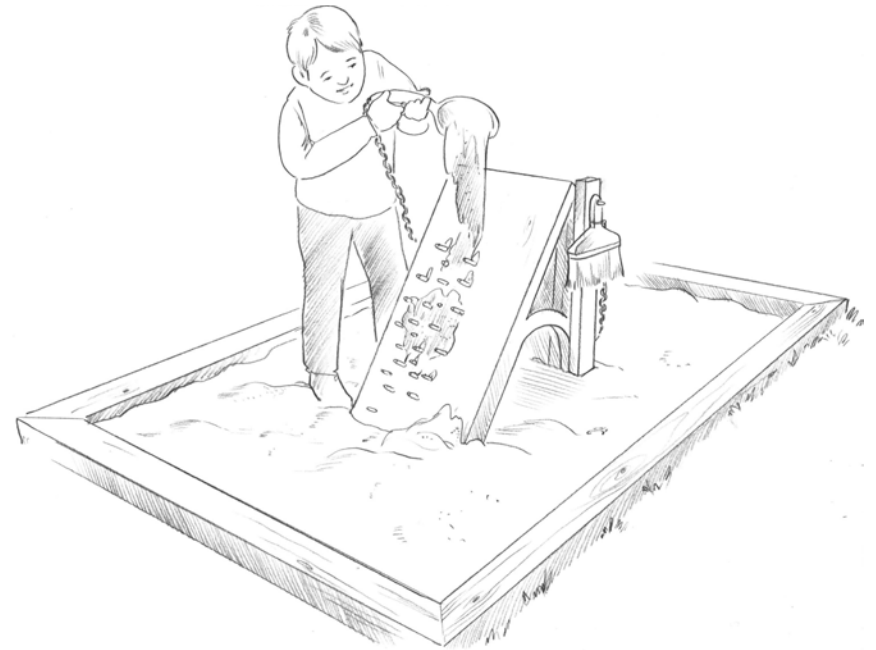
- Der Weg Steg - Buri kann mit dem Miet-Fahrrad zurückgelegt werden
- Die Wegstrecke Buri - Bachscheidi ist inszeniert und wird gewandert
- Lunch Paket zum Grillieren verkaufen
- Die Attraktivität und Aufenthaltsqualität an der Bachscheidi wird gesteigert
  - Spielplatz und
  - Interaktive Formate passend zum Thema
  - Wasser zum spielen erschliessen
  - Sitz- und Liegegelegenheiten



Die Stationen werden entsprechend deren Themen mit interaktiven Formaten ausgestattet



Bäume fällen



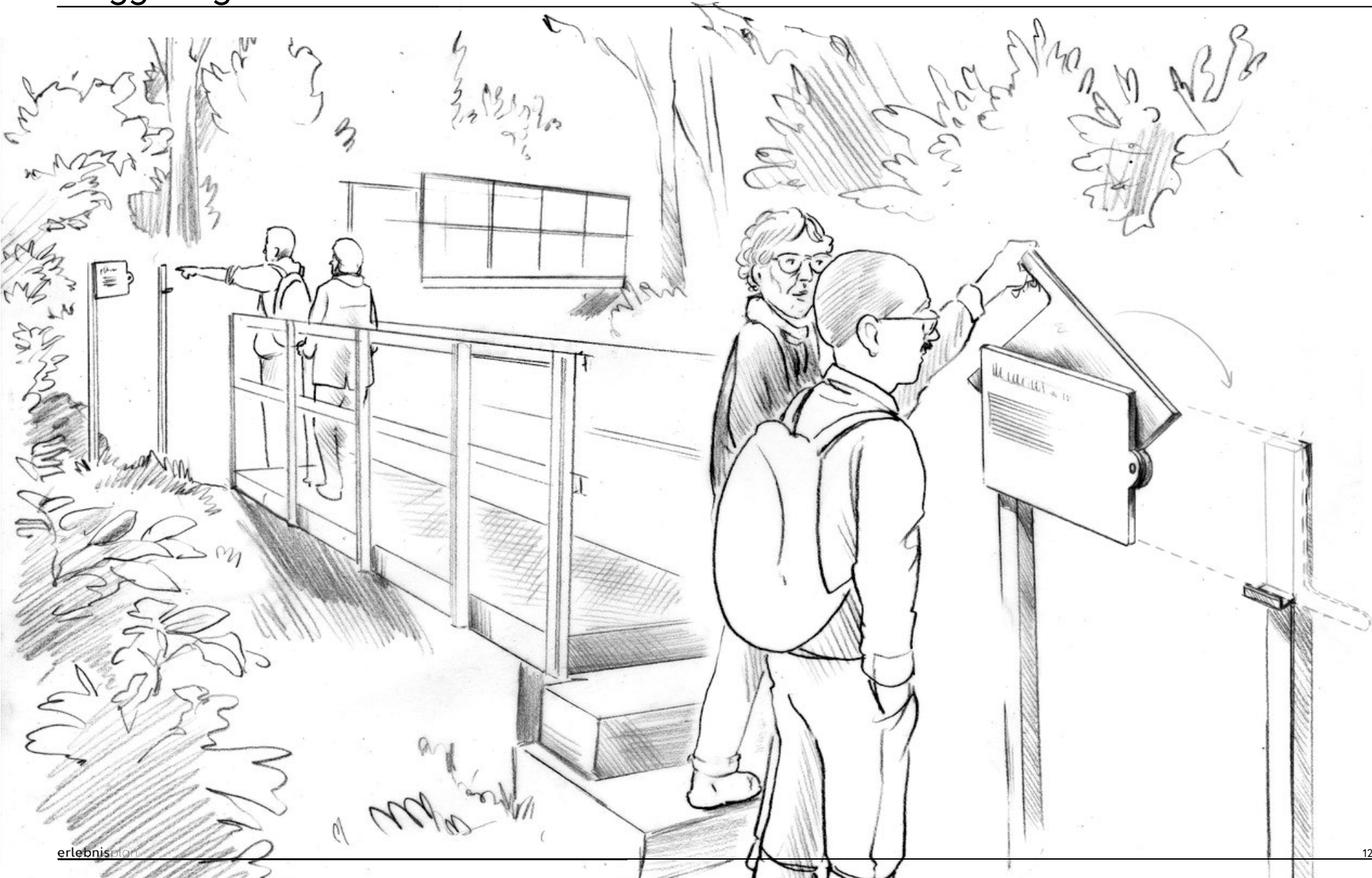
Die Auswirkung von bewaldeten und gerodeten Berghängen auf die Erosion erfahren



- Gesteigerte Attraktivität des Erlebnisraums Tössstal
- Aufmerksamkeit am touristischen Markt da der inszenierte Holzweg ein darstellbares und vermarktbares Produkt ist
- Erhöhte Frequenzen und damit erhöhte Bekanntheit der Ausflugsziele Buri und Bachscheidli
- Sensibilisierte Wahrnehmung ähnlicher aktueller Geschehnisse der Welt
- Kanalisierter Besucherfluss => Natur wird weniger exzessiv genutzt und dadurch weniger geschädigt
- Gesteigerte Wertschätzung der umgebenden Natur

# Brüggliweg

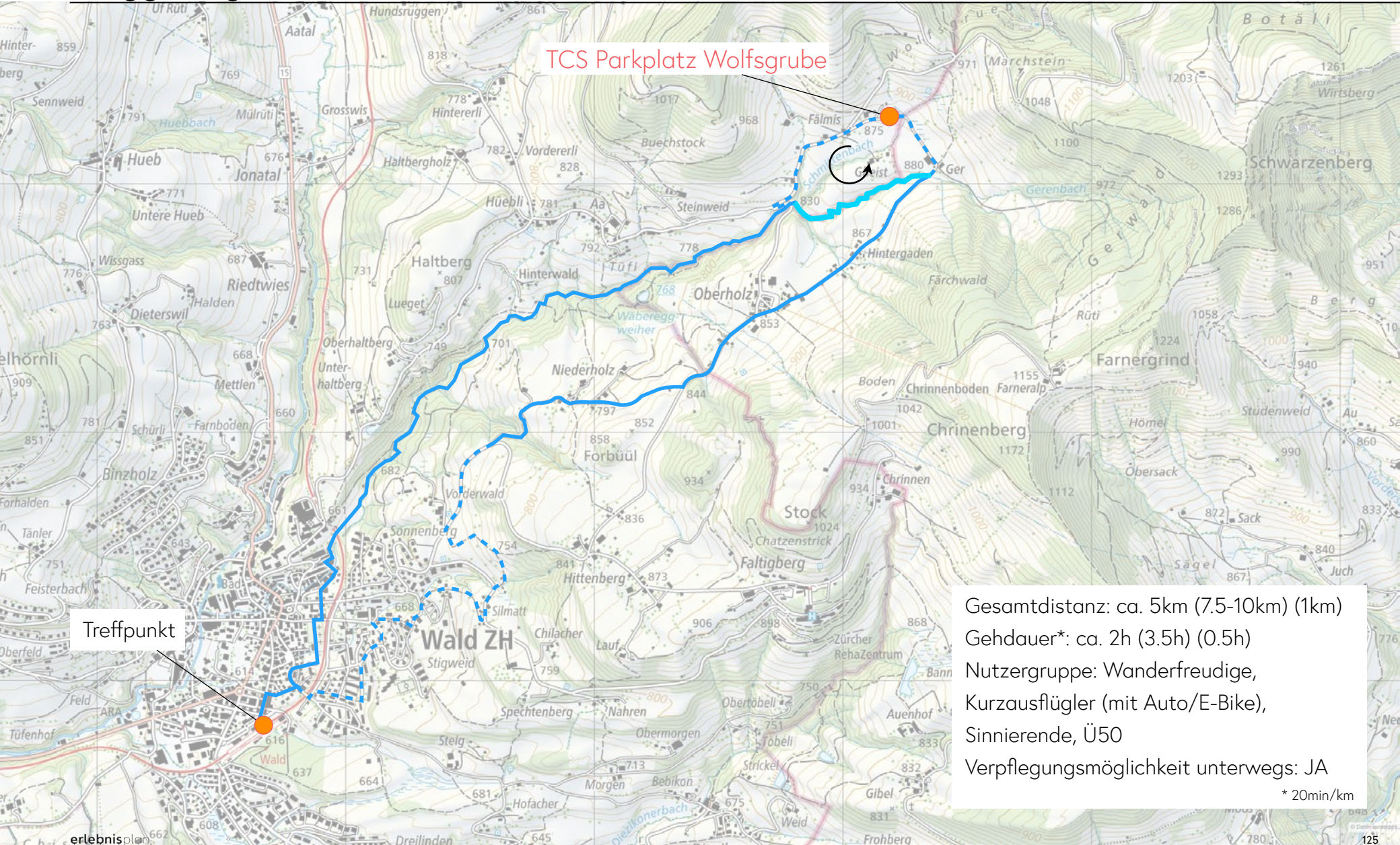
# Brüggliweg



## Brüggliweg - Themen

- Der Brüggliweg heisst Brüggliweg, weil man darauf unzählige Brücke überquert
- Brücken verbinden zwei Ufer. In diesem Fall sogar die zwei Kantone Zürich und St. Gallen - und das mehrfach
- Der Weg führt entlang eines schattigen Bachlaufs
- Die Strecke ist einen halben Kilometer lang. In der Nähe gibt es einen Parkplatz für Ausflügler. Der Brüggliweg eignet sich daher für Kurzausflüge
- Brücken spielen in unserem Alltag sowohl begrifflich als auch baulich eine grosse Rolle. Darüber kann viel nachgedacht und sinniert werden





TCS Parkplatz Wolfsgrube

Treffpunkt

Gesamtdistanz: ca. 5km (7.5-10km) (1km)  
Gehdauer\*: ca. 2h (3.5h) (0.5h)  
Nutzergruppe: Wanderfreudige,  
Kurzausflügler (mit Auto/E-Bike),  
Sinnierende, Ü50  
Verpflegungsmöglichkeit unterwegs: JA

\* 20min/km

Jede der Brücken wird als Anlass genommen Begriffe und Gedanken zum Thema Brücken und ihrer Funktion aufzugreifen und auf einem Schild zu diskutieren. Das kann die technischen Eigenschaften betreffen, aber auch philosophische Ansätze verfolgen und nicht zuletzt darf auch das Thema der Kantonsgrenze nicht fehlen.

Redewendungen:

- Brücken zw. etwas bauen
- Brücken schlagen
- Überbrücken
- Eine Eselsbrücke bauen
- Die Brücke hinter sich abreißen

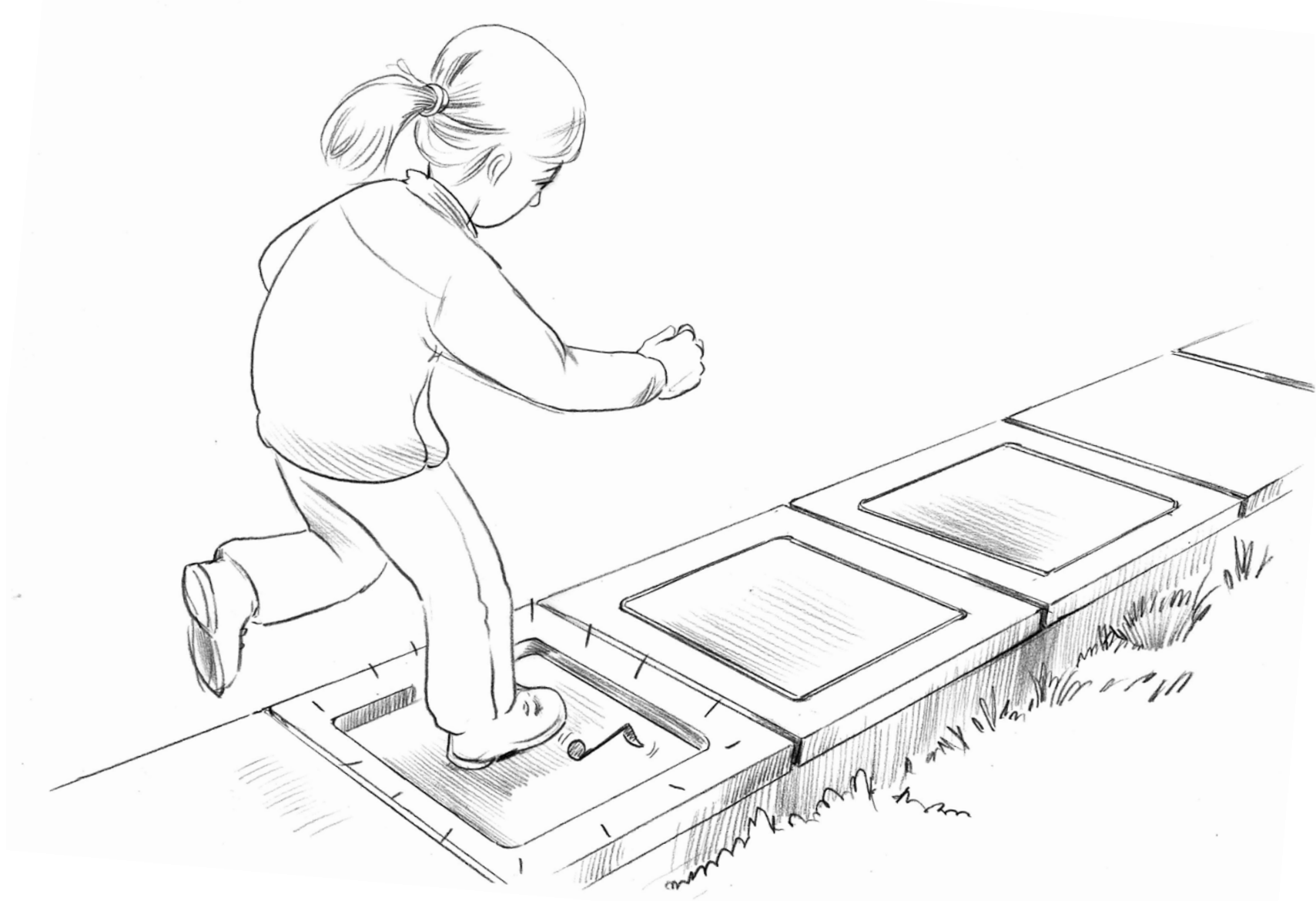
Etwas verbinden (zwei Ufer, zwei Kantone, zwei Parteien, etc.)

Hindernisse überwinden (Bach, Schlucht, etc.)



# Plättliweg

# Plättliweg



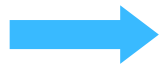


# Plättliweg

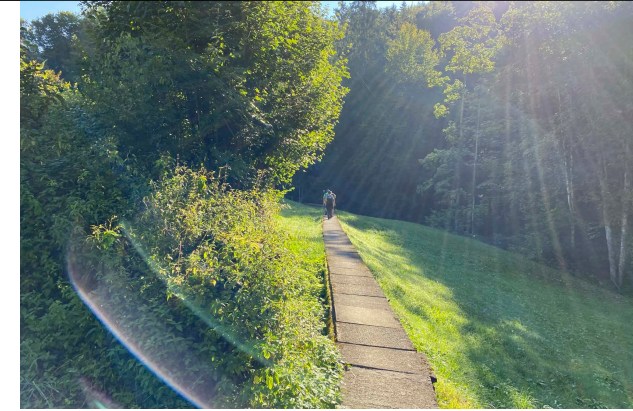


## Plättliweg - Themen

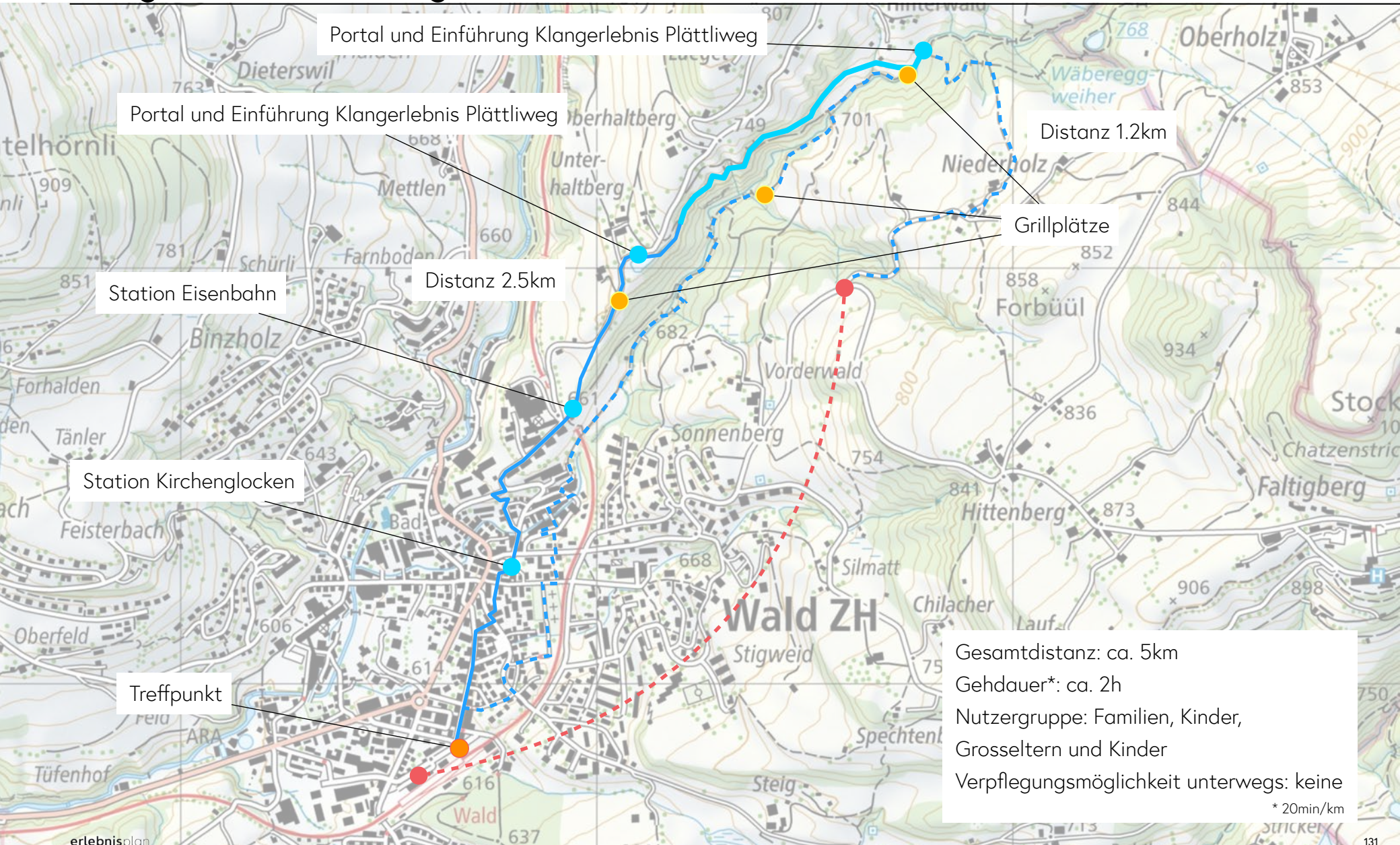
- Wer auf dem Plättliweg geht erzeugt Geräusche durch die klappernden Zementplatten mit denen der unter dem Weg liegende Kanal abgedeckt ist
- Diese Eigenschaft wird zur Grundlage der Inszenierung gemacht



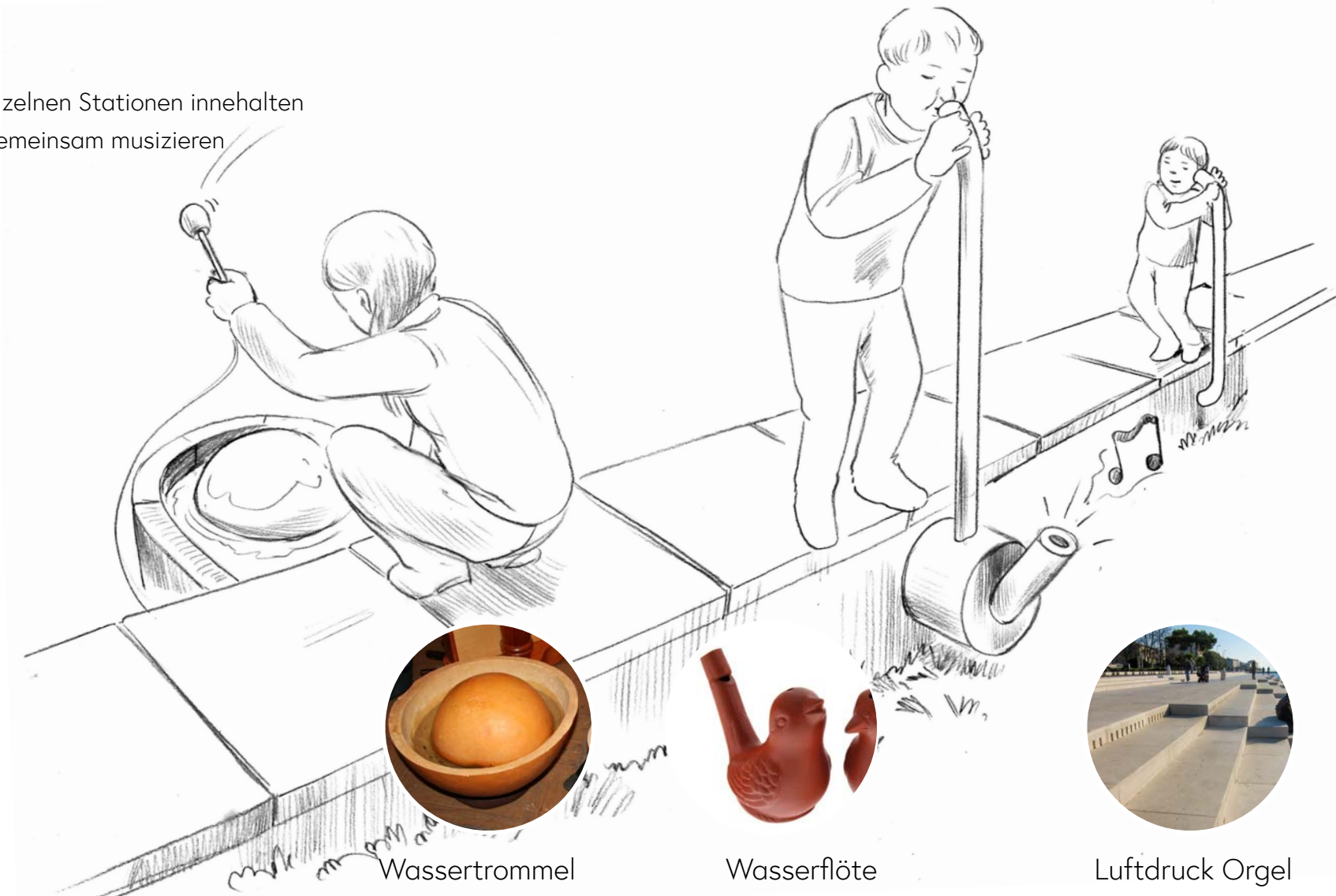
Klangerlebnis Plättliweg



# Klangerlebnis Plättliweg



An einzelnen Stationen innehalten  
und gemeinsam musizieren



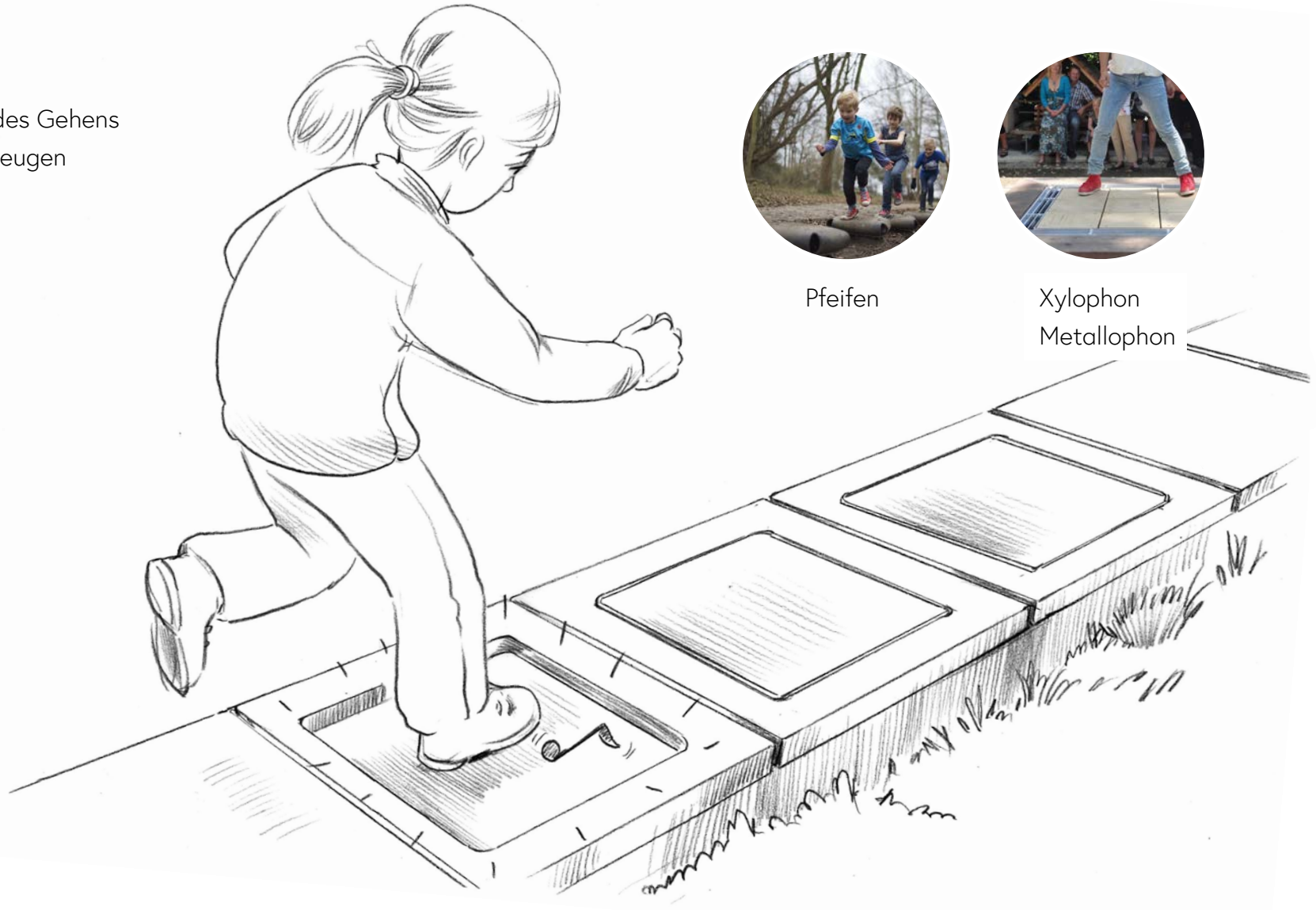
Wassertrommel

Wasserflöte

Luftdruck Orgel

Referenz: Meeresorgel Zadar

Während des Gehens  
 Klänge erzeugen



Pfeifen

Xylophon  
Metallophon

Steigern der Aufenthaltsqualität: Der Grillplatz dient als attraktives Ziel für hungrige Kinder nach ereignisreichem Erlebnis



möglicher Ort für eine Grillstelle



- Gesteigerte Attraktivität des Erlebnisraums Tössstal
- Aufmerksamkeit am touristischen Markt da das Klangerlebnis Plättliweg ein darstellbares einzigartiges und vermarktbares Produkt ist
- Prägende und nachhaltig in Erinnerung bleibende Erlebnisse durch einen sensorischer Zugang zum Thema Wasserkraft
- Sensibilisierte Wahrnehmung bzw. gesteigerte Wertschätzung industrieller Kulturgüter

# Baden und Genuss

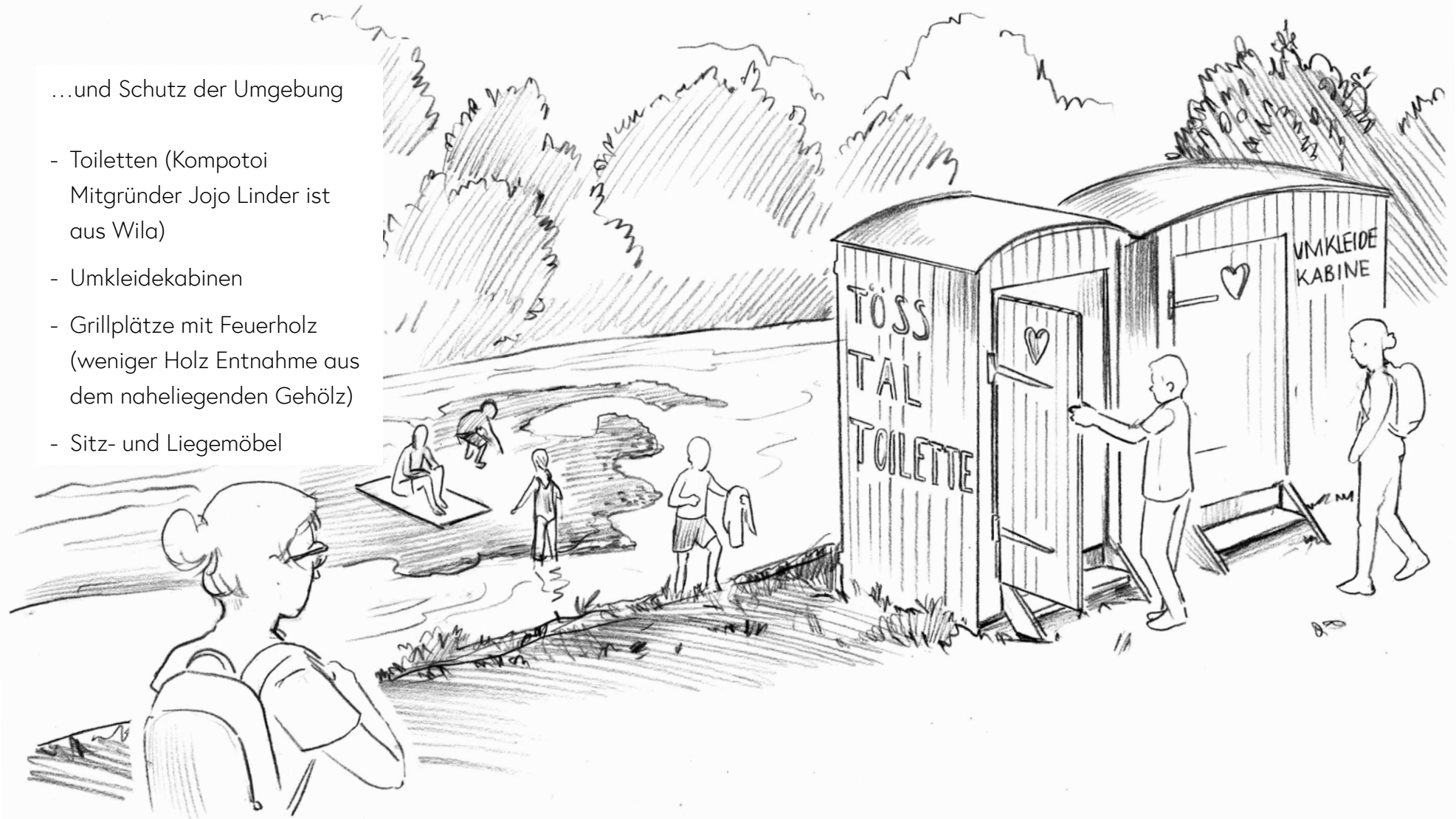


- Mobile Buvettes/Food Trucks bei Badestellen an der Töss (z.B. Toni Gumpe)
- Thematische Gerichte/Desserts in Restaurants
- Entwickeln Tössstal spezifischer Produkte (Wurst zum grillen, Dessert (Lebkuchen), Getränk, etc.)

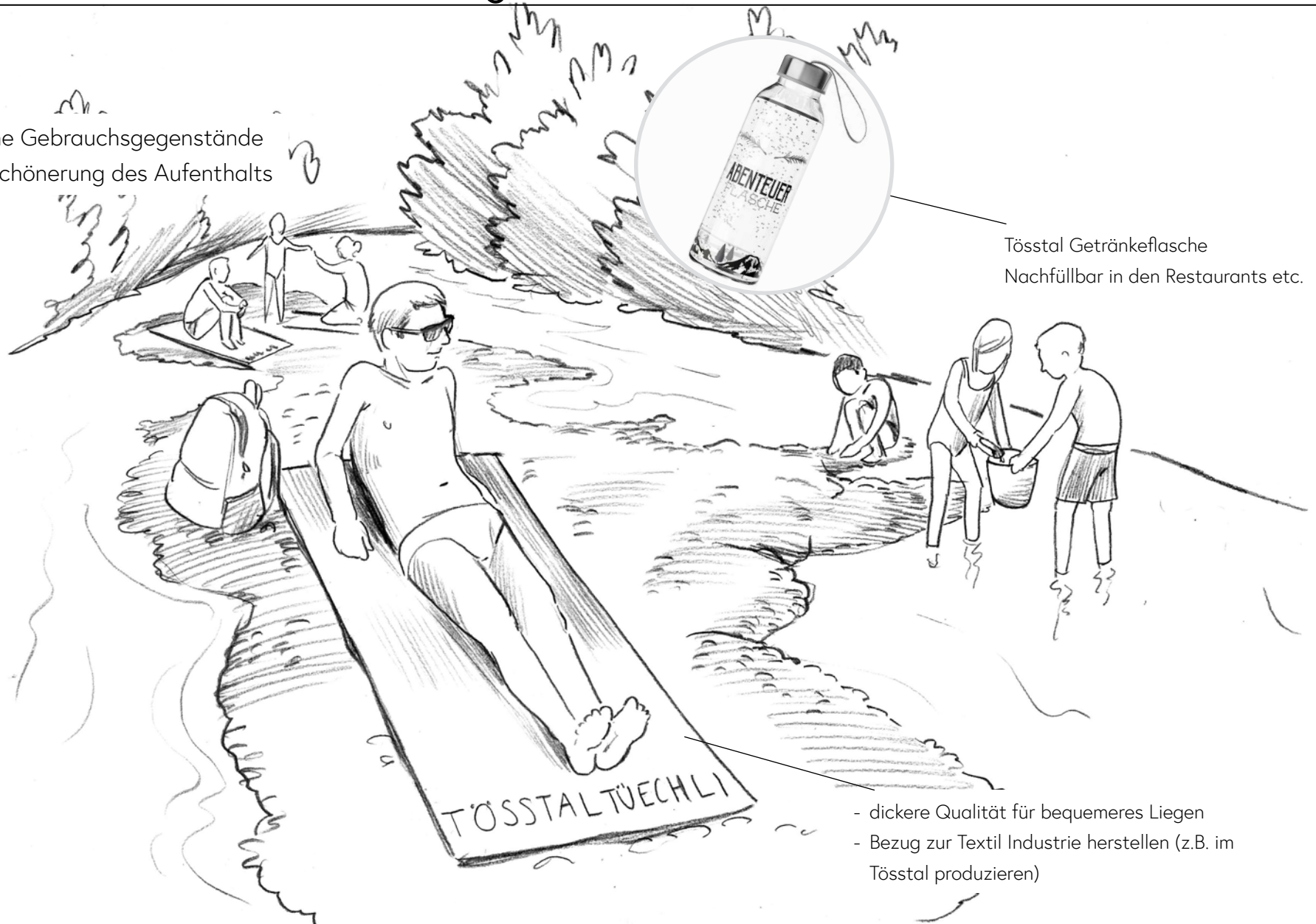


...und Schutz der Umgebung

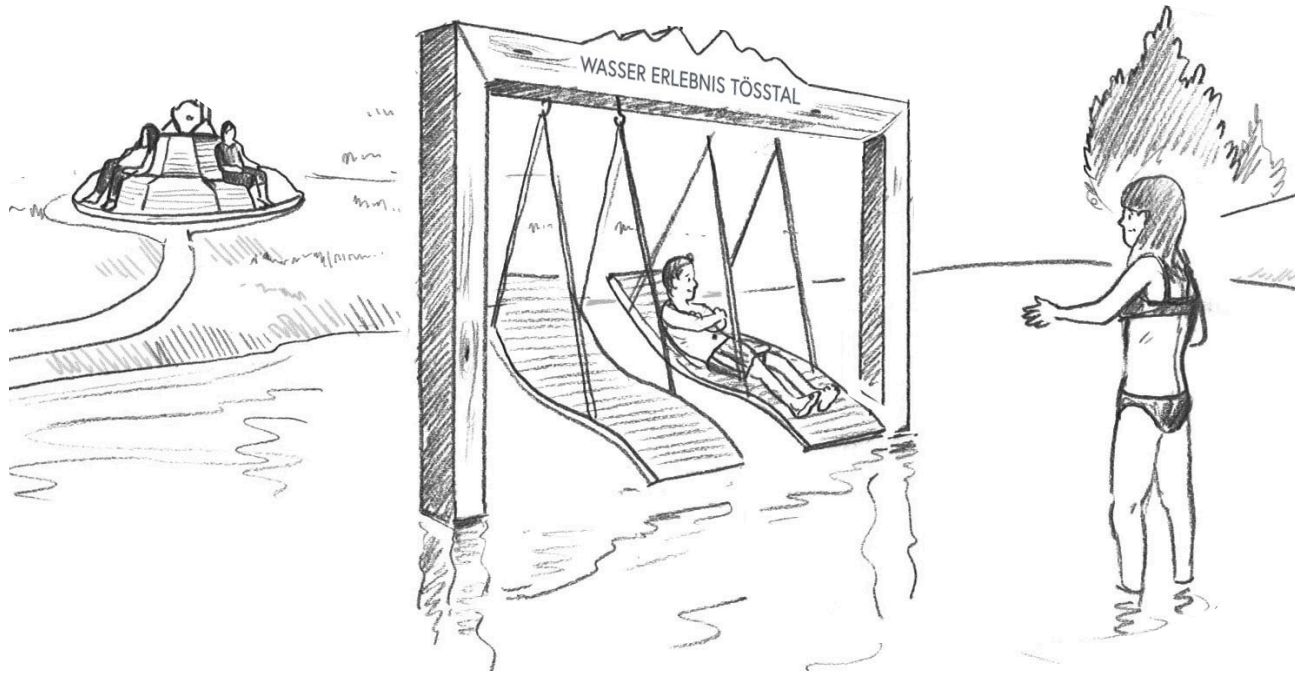
- Toiletten (Kompotoi  
Mitgründer Jojo Linder ist  
aus Wila)
- Umkleidekabinen
- Grillplätze mit Feuerholz  
(weniger Holz Entnahme aus  
dem naheliegenden Gehölz)
- Sitz- und Liegemöbel



Nützliche Gebrauchsgegenstände  
zur Verschönerung des Aufenthalts



Erlebnisstrukturen intensivieren das Wassererlebnis und sind mit der thematischen Gestaltung gleichzeitig Aushängeschilder für den Erlebnisraum Tössstal



- Verstärkte Sichtbarkeit der Bade- und Genussangebote mit den
  - strukturellen Installationen
  - Merchandising Gebrauchsartikeln => direkte Einnahmequelle
- Erhöhte Aufenthaltsqualität
- Verlängerte Aufenthaltsdauer (Auswirkung auf die Konsumation)
- Gesteigerter Schutz der Umgebung von Badestellen mit den Toiletten
- Intensiviertes ganzheitliches Wasser Erlebnis

# Digitalisierte Dorfrundgänge



## Themenwege digital erleben - Digitale Vermittlungsebenen

---

### Interaktive Wegführung

- Mittels Smartphone und GPS kann man sich auf dem Weg orientieren und immer wieder interessante Stellen entdecken, an denen Inhalte vermittelt werden (virtuell oder physisch)

### Erweiterte Inhaltsvermittlung

- Mit dem Smartphone Zugriff auf Audioguides erhalten; Erzählungen von Einheimischen, Sagen und Geschichten über gewisse Gegenstände oder auch Erklärungen über biologische Phänomene (z.B. der sich verändernde Wasserstand der Töss,...), etc.
- Dramaturgie kann mittels einer Erzählfigur erfolgen

### Interaktives Spielerlebnis

- Die Inhalte auf dem Weg können mittels Smartphone in ein Spielerlebnis verpackt werden. Besucher müssen zum Beispiel Gegenstände suchen und scannen oder Quizze übers Smartphone lösen. AR Technologien können auch zum Einsatz kommen. Sobald sie allen Spuren auf den Weg gekommen sind wird ihnen zum Beispiel eine geheime Geschichte offenbart



Je nach Informationsbreite und Digitalisierungs-Grad der Wegführung können unterschiedliche digitale Vermittlungsformate eingesetzt werden. Die 3 üblichsten sind die folgenden:

## Informationsvermittlung durch Haustafeln mit QR-Code

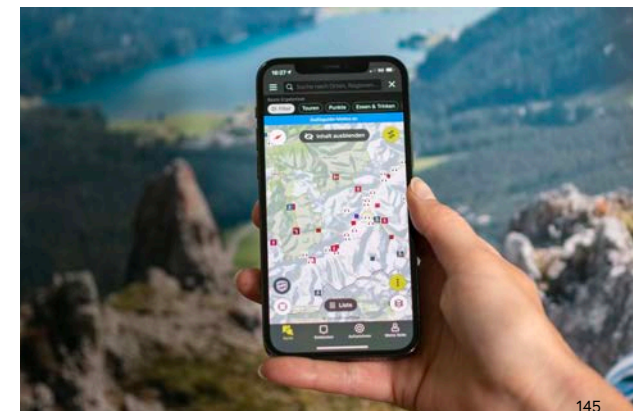
- Zusätzliche Inhalte durch Verlinkung auf unterschiedliche Daten-Formate wie PDF Infoblatt, Audioaufnahmen, Video-Material oder W

## Display an der Hauswand oder an einer Stele

- Um Bilder und Videos dem Gast direkt zu zeigen, eignen sich Displays am besten. Historische Bilder, Blick in die Vergangenheit, Dokumentationsbeiträge, Interviews mit Ortsansässigen könnten mittels Knopfdruck abgespielt werden

## Beacon Verlinkung auf eine App

- Durch den Beacon-Sensor wird mit dem Geräte des Besuchers kommuniziert. Dadurch können so personalisierte und standortspezifische Inhalte auf dem Smartphone des Gastes aufgerufen werden. Vorausgesetzt dafür ist, dass der Gast ein Destinations - App auf sein Smartphone heruntergeladen hat



## Themenwege digital erleben - Fazit

Es gibt verschiedene Digitalisierung-Stufen für Themenwege. Je nach Zielgruppe (Grösse, Demografie, Interessen) und Ressourcen ergibt es Sinn sich für eine zu entscheiden.

1. **Zusatzinformationen via QR-Code** auf den Infotafel verlinken. Nur das Wichtigste schriftlich auf der Tafel vermerken.
  - Mit einheitlicher Designsprache und Animation den QR-Code für spannende Infos zu scannen, können die Gäste auf den Themenweg und die Zusatzinfos aufmerksam machen  
→ Geringer Kostenaufwand
2. **Zusatzinformationen via QR-Code und einem spannenden Storytelling/Erzählungen** dem Besucher vermitteln. Audioaufnahmen, kurze Video aufnahmen oder Fotos sind für den Besucher via QR-Code auf dem Smartphone abrufbar.
  - Die Infos werden in eine Geschichte verpackt und somit als Themenweg vermarktet.  
→ Mässige Kosten für die Software Umsetzung, zusätzliche Geschichte Konzeption-Kosten
3. **Ein digitales Spielerlebnis mittels App und Beacon aufgleisen.** Zum Beispiel Interaktive Quiztouren mit einem Gewinnspiel verknüpfen. Wenn man an einem Ort die Frage auf dem App richtig beantwortet hat, wird der Weg zum nächsten interessanten Ort freigeschaltet.
  - Vorausgesetzt man kann den Besucher dazu animieren eine App herunterzulassen und hat genügend Ressourcen dieses zu unterhalten. Das Erlebnispotenzial ist bei dieser Stufe am grössten.  
→ Hoher Kostenaufwand, Konzeption und Umsetzung (App)

# Weitere Entwicklungspotenziale

# Verkehr

Um die Fortbewegung zu Fuss, mit Fahrrad, Öffentlichem Verkehr zu fördern und die Intensität des motorisierten Verkehrs nicht zu verstärken werden geeignete Produkte geschaffen.

- Unterstützen des Fahrradverkehrs
- Nutzen des bestehenden motorisierten Verkehrs
- Begünstigen der Nutzung des Öffentlichen Verkehrs innerhalb des Tössstals

## Tössstal-eigener Fahrrad Verleih

An definierten Stationen können Fahrräder mit einfachem Vorgang (z.B. per App) angemietet und an anderen Stationen wieder abgegeben werden



Entwickeln einer Herzschleife (Ableger der Herzroute)  
Tössstal E-Bike Route (Ansetzen bei Gibswil). Startet in einer Herzroute und endet in der Herzroute (Rapperswil - Wattwil)



Bsp.

## Nutzen des bestehenden motorisierten Verkehrs

### Mitfahr-Stationen

An definierten Stationen können Wanderer unabhängig eines Fahrplans warten. Dort werden sie von Einheimischen, welche in die entsprechende Richtung unterwegs sind mitgenommen und zum nächsten Bahnhof gebracht.

=> Qualitätssiegel für Transportierende (Ausbildungskurse, fördern des Gastgeber Denkens)



## Themen-Tageskarten

ÖV-Tageskarte Tösstal mit sinnreichem Namen „Hike, Bike & Bath“



Gemeinde Tageskarte System wird 2023 eingestellt



# Vermittlungsformate

# Vermittlungsformate Übersicht

<b>Texttafeln</b>			<ul style="list-style-type: none"> <li>- sichtbares Zeichen</li> <li>- kurze Übersicht über den Inhalt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- nicht viel Information</li> <li>- oder zeitintensiv</li> </ul>
<b>Interaktive Elemente</b>	Modelle/ Schamata		<ul style="list-style-type: none"> <li>- begreifen: Vermittlung über Haptik/ Sinne</li> <li>- Verstehen von Ursache - Wirkung</li> <li>- hochwertig</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- u. U. kostenintensiv</li> </ul>
	thematische Spielplätze (indoor/ outdoor)		<ul style="list-style-type: none"> <li>- begeh- und erlebbar: spielerisch verstehen</li> <li>- kann ein Thema auch für Erwachsene sichtbar machen und den Austausch mit den Kindern fördern</li> <li>- hat eine Funktion auch ohne</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- u. U. kostenintensiv</li> <li>- benötigt u. U. viel Raum</li> </ul>
<b>Artefakte</b>			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gegenstände betrachten und anfassen, die sonst nicht sicht- und erreichbar sind</li> <li>- ikonischer Wert (Photospot)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Verantwortlichkeiten zum Unterhalt, etc. müssen geklärt werden</li> </ul>
<b>Einblicke</b>	Diabetrachter		<ul style="list-style-type: none"> <li>- nicht sichtbares sichtbar machen</li> <li>- schöner Effekt mit einfachen Mitteln</li> </ul>	
	Augmented Reality		<ul style="list-style-type: none"> <li>- nicht sichtbares sichtbar machen</li> <li>- verblüffende Effekte</li> <li>- aktuelle Technik</li> <li>- Inhalte können einfach ausgetauscht werden</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- kostenintensiv</li> <li>- setzt die Anwendung eines Smartphones voraus</li> <li>- Technik kann u. U. schnell veralten</li> </ul>

# Vermittlungsformate Übersicht

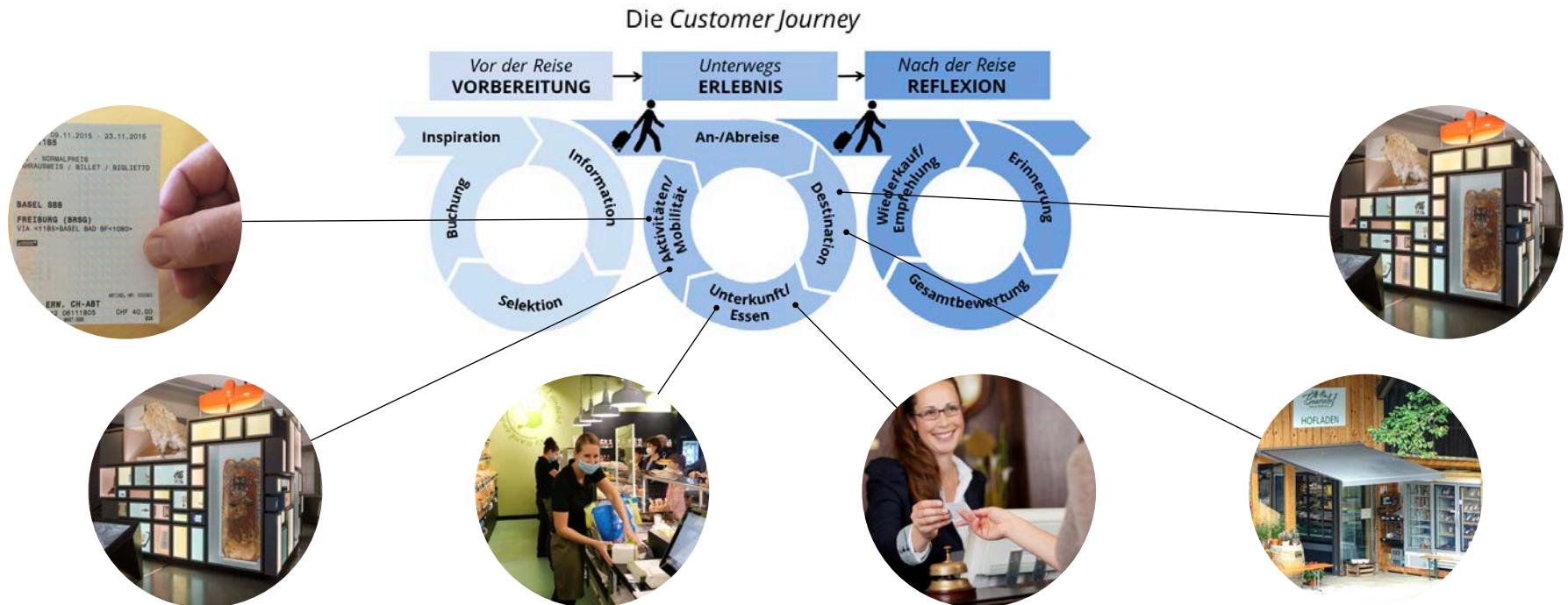
<p><b>Audio Guide (QR-Code)</b></p>			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Informationen erfahren während dem Gehen/Fahren</li> <li>- Erweiterung/Vertiefung der Informationen am jeweiligen Attraktionspunkt</li> </ul>	
<p><b>Spiele</b></p>			<ul style="list-style-type: none"> <li>- geeignet für Familien, Schulklassen und Kinder</li> <li>- spielerische Vermittlung findet immer Anklang</li> </ul>	
<p><b>Führungen</b></p>	<p>Wissensträger</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- die schönste Art Inhalte spannend zu vermitteln</li> <li>- geeignet zur Wertschöpfung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- geeignete Personen müssen geschult werden</li> <li>- geeignete Personen müssen zur Verfügung stehen</li> </ul>
<p></p>	<p>Darsteller</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- eintauchen ist vergangene Zeiten</li> <li>- Informationen über Geschichten erfahren</li> <li>- geeignet zur Wertschöpfung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- geeignete Personen müssen geschult werden</li> <li>- geeignete Personen müssen zur Verfügung stehen</li> </ul>
<p></p>	<p>Virtuelle Person</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- aktuelle Technik</li> <li>- verblüffende Effekte</li> <li>- eignet sich vor allem als Bindeglied zwischen Gast und Objekt</li> <li>- Inhalte können relativ einfach ausgetauscht werden</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- nur wenig Informationen auf diesem Weg vermittelbar</li> <li>- kostenintensiv</li> <li>- setzt die Anwendung eines Smartphones voraus</li> <li>- Technik kann u. U. schnell veralten</li> </ul>
<p><b>Events/ Feste</b></p>			<ul style="list-style-type: none"> <li>- relevante Themen können regional und überregional an Relevanz gewinnen</li> <li>- Gefeiert wird immer gern</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- setzt ein Organisationsteam voraus, das mit Herzblut seine Ideen umsetzt</li> </ul>

# Wertschöpfungspotenziale

# Wertschöpfungspotenziale nutzen

## Ganzheitliche Erlebnis-Customer Journey gestalten

- Entlang einer durchdachten Customer Journey ergeben sich etlich Gelegenheiten für den Besuchern Geld auszugeben und dadurch Wertschöpfung in der Region zu generieren.
- Diese Wertschöpfungspotenziale gilt es ins Konzept miteinzubeziehen und dadurch die Attraktivität der Region zu steigern.
- Folglich kann die Aufenthaltszeit verlängert und somit die Wertschöpfung für zusätzliche touristische Angebote erhöht werden, bspw. Museumsbesuche, Führungen, Events



## Beherbergung

- Veränderte Reisevorlieben durch Pandemie
  - Anstieg der inländischen und regionalen Nachfrage
  - Grösseres Interesse an abgelegenen Destinationen und Naturerlebnissen mit Unterkünften, welche die soziale Distanz garantieren
  - Remote Work in abgelegenen Orten

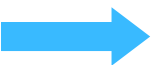
## Gastronomie

- Bietet dem Gast eine einfache Möglichkeit Geld auszugeben
- Öffnungszeiten sollten den Touristen angepasst sein
- Gut ersichtliches Angebot; Neue Formate

Naturnahes Angebot schaffen

Themenspezifische Angebote erstellen

Verbindung zu lokaler Kultur und Menschen herstellen

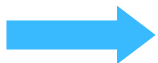


## Alternative Beherbergung

- Schlafen unter freiem Himmel, Baumhaus
- Remote Work Anforderungen miteinbeziehen
- In Kooperation mit bestehenden Plattformen; Airbnb / Nomandy für Private Camping Plätze
- Themeninszenierte Hotels

## Zentrales Verwaltungs- & Buchungssystem

Mithilfe eines zentralen Verwaltungssystems für Ferienwohnungen, kann der Vermieter ohne grossen Aufwand ein Zimmer / eine Wohnung vermieten



Entwicklungspotenziale den bestehenden Betrieben aufzeigen



## Das wohl grösste Potenzial: die Die Gastgeber\*in

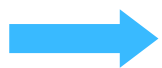
Das Tössstal mit seinen Anwohnern wird zum Erlebnisraum. Die Eigenschaften eines Tössstalers dürfen dabei nicht vergessen gegangen werden. Der Trend zeigt die Nachfrage an authentischen Gastgebern, welche den Gast in dessen Heimat eintauchen lässt und auch etwas davon preisgibt.

## Authentisch; Urchig, Eigen, Gastfreundlich

Die Tössstaler haben einen speziellen, eigenen Charakter und sollen diesen dem Touristen zu spüren geben.

## Wissensvermittler\*in

Die Starke Nachfrage an lokalem Wissen und Insider Tipps steigt auch in den ländlichen Regionen. Die Tössstaler\*innen sollen diese mit den Touristen teilen können und ggf. über ein systematisches Gefäss dem Touristen zugänglich gemacht werden.



Der Gast hat eine grössere Bereitschaft etwas zu Konsumieren, wenn ein echtes, authentisches Bild der Gastgeber erhält





# Umsetzungsmassnahmen

## Touristische Kommunikation / Markteinführung

- Vorausgesetzt für einen erfolgreichen Erlebnisraums-Launch ist eine gezielte und frühzeitig Kommunikation und der damit verbundene mediale Auftritt
- Verschiedene Kanäle können für die Markteinführung in Betracht gezogen werden, unter anderem:
  - Digitale Formate; Social Media, SEO Management, Influencer Marketing,..
  - Analoge Formate; Medienmitteilungen, Print-Medien, Werbeplakate,...
  - Frühzeitiges Storytelling mittels Einführung der Charakteren (Willa); Themenbuch, Comic, Song,...
  - Frühzeitiges Leistungsträger Briefing; Einheitliches Auftreten; Destination - Image aufbauen, verinnerlichen und vermitteln
  - Kooperationen mit DMO's, SBB und Leistungsträger um Produkt-Pakete zu lancieren



Für langfristig angelegte Erweiterungsschritte und eine vorausschauende Planung müssen solide Projekt-Strukturen und -Trägerschaften geklärt werden.

Dabei sollte das...

- ...Einbinden der Tourismusorganisationen (Zürioberland Tourismus, House of Winterthur) und Gemeinden
  - ...Halten von informellen und bilateralen Sondierungsgesprächen mit Projekt-relevanten Stakeholdern, wie
    - Unternehmen (z.B. Badi)
    - Private, Sponsoren
  - ...Klären der zusätzliche Finanzierung mittels NRP Gesuch, Stiftungsbeiträge
- ... berücksichtigt werden.

- Zuständigkeiten aller Installationen müssen geklärt sein um Spannungen zwischen Grundbesitzer, Tourismus Verein, Gemeinden, etc. und den Zerfall der Objekte zu vermeiden
- Die Installationen müssen stets sauber und funktionsfähig gehalten werden. Nicht funktionierende Objekte enttäuschen Gäste mehr als nicht vorhandene, bzw. demontierte
- Der Unterhalt verursacht laufende Kosten. Diese müsse im Jahresbudget berücksichtigt werden



## Umsetzung

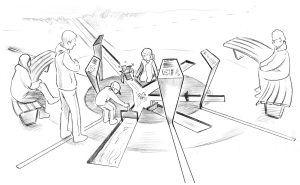
---

- Die Umsetzung erfolgt in Etappen
- Verschiedene Kriterien können beeinflussen, welche Erlebnisformate als erstes umgesetzt werden:
  - einfach und schnell umsetzbare Formate: Quick Wins
  - Formate mit grosser Strahlkraft, welche regional und überregional die Aufmerksamkeit auf sich ziehen
  - touristische Formate, welche ein akutes Problem beseitigen
- Alle später umgesetzten Erlebnisformate können von bereits gesammelten Erfahrungen profitieren. Die Erfahrung fliessen in die Entwicklung der neuen Formate ein
- Eine Projektleitung kann von Erlebnisplan geleistet werden. Die Projektleitung Tössweg bleibt weiterhin erforderlich um die Brücke zur lokalen Bevölkerung zu schlagen. Die Wirkungskraft und Beteiligung im Tösstal wird damit erhöht

# 3. Zusammenfassung



## Wasser Erlebnisraum Tössal



Treffpunkt Turbenthal



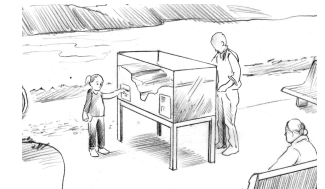
Wasserspielplatz Bad Neuguet



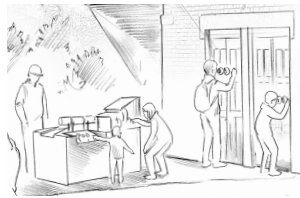
Identifikationsfigur Tossa



Kanalsystem Turbenthal



Wasser Geologie



Erlebnis Wasserkraft



Klangerlebnis Plättliweg

Einheitliche Elemente als Wiedererkennungsmerkmal

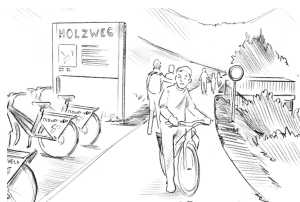
Digitalisierte Dorfrundgäng



Verkehr Erlebnisweg Bauma



Chämmerlibach



Holzweg



Die Drei landenberger Ritter



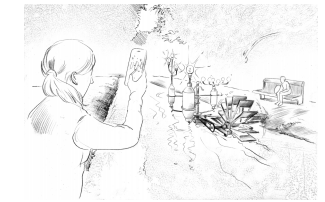
Baden und Genuss



Brüggliweg



Natur und Genuss Weg Tössal



Kanal Erlebnis Kollbrunn

## **Kunde**

IG Tössweg  
Ueli Erb  
Sommeraustrasse 20  
8492 Wila  
Schweiz

## **Konzept**

Erlebnisplan AG  
Hirschengraben 15  
CH - 6003 Luzern  
Schweiz

*Das Urheberrecht an allen von Erlebnisplan AG erstellten Konzepten, Entwürfen, Grafiken, Ideenmaterialien, Zeichnungen, Pläne und sonstigen Unterlagen verbleiben in ihrem Besitze. Die Kopie und Übertragung von Nutzungsrechten bedarf der schriftlichen Vereinbarung.*

## **8.2 Kostenzusammenstellungen**



## Inszenierungsmassnahmen: Entwicklungskonzept Tösswege

Grobkostenschätzung Projektumsetzung  
Kostengenauigkeit +/- 20%

10.03.22

Alle Preisangaben sind Nettoangaben (Exkl. MwSt., Landerwerb, betriebsinterne Aufwendungen/Anpassungen, Marketing, Personal- und Betriebskosten)

### Einleitung

Die Kostenschätzung der einzelnen Erlebnisobjekte und Attraktionselemente beruht auf Erfahrungswerten ähnlicher Bauprojekte der Firma Erlebnisplan AG. Diese sind nicht verbindlich und können je nach Detaillierungsgrad des Konzeptentwurfes, Anforderungen und Materialisation des auszuführenden Bauobjektes sowie Objektstandort und weiteren Rahmenbedingungen variieren.

In den ausgewiesenen Kostenschätzungen sind sämtliche Planungs- und Realisationsbegleitungskosten sowie das Detailkonzept nicht einkalkuliert und separat aufgelistet. Der Honoraraufwand für die Durchführung komplexer Planungs- und Abstimmungsaufgaben beträgt je nach Gesamtvolumen, Anzahl der Einzelstandorte, Anteil der Prototypen und ggf. weiterer individueller Einflussfaktoren erfahrungsgemäss zirka 25% bis 35% der Gesamtkosten (Bau- und Planungskosten).



### Massnahmen zu Grobkonzept

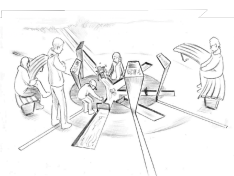
Pos.	Massnahme	Grobkostenschätzung	Honoraraufwand Erlebnisplan	Summe pro Projekt GERUNDET
1.0	Leit- und Erzählfigur: Identifikationsfigur für Kinder / Maskottchen -Tossa	12'500.00 CHF	3'125.00 CHF	16'000.00 CHF
2.0	Einheitliches Leitsystem	33'000.00 CHF	8'250.00 CHF	41'000.00 CHF
3.0	Treffpunkt (anhand Bsp. Treffpunkt Turbenthal)	79'000.00 CHF	19'750.00 CHF	99'000.00 CHF
4.0	Erlebnis Wasserkraft	90'000.00 CHF	31'500.00 CHF	122'000.00 CHF
5.0	Kanal Erlebnis Kollbrunn	207'400.00 CHF	51'850.00 CHF	259'000.00 CHF
6.0	Kanalsystem Turbenthal	309'000.00 CHF	92'700.00 CHF	402'000.00 CHF
7.0	Wasser Geologie (pro Standort)	60'000.00 CHF	21'000.00 CHF	81'000.00 CHF
8.0	Wasserspielplatz Badi Neuquet	269'000.00 CHF	80'700.00 CHF	350'000.00 CHF
9.0	Burgruinen	121'500.00 CHF	30'375.00 CHF	152'000.00 CHF
10.0	Chämmerlibach	125'500.00 CHF	31'375.00 CHF	157'000.00 CHF
11.0	Verkehr Erlebnisweg Bauma	90'000.00 CHF	22'500.00 CHF	113'000.00 CHF
12.0	Natur und Genuss Weg Tösstal	107'000.00 CHF	26'750.00 CHF	134'000.00 CHF
13.0	Steg - Bächtscheidi	147'000.00 CHF	51'450.00 CHF	198'000.00 CHF
14.0	Brüggliweg	80'000.00 CHF	24'000.00 CHF	104'000.00 CHF
15.0	Plättliweg	173'500.00 CHF	52'050.00 CHF	226'000.00 CHF
16.0	Baden und Genuss	160'500.00 CHF	26'125.00 CHF	187'000.00 CHF
17.0	Digitalisierte Erlebniswege (ein	60'000.00 CHF	15'000.00 CHF	75'000.00 CHF

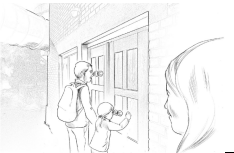


<b>Total 1: Massnahmen zu Grobkonzept</b>		<b>2'064'900.00 CHF</b>	<b>573'500.00 CHF</b>	
<b>Total 2: Grobkostenschätzung &amp; Honoraraufwand Erlebnisplan</b>			<b>2'716'000.00 CHF</b>	
MwSt.			209'132.00 CHF	
<b>Total 3 Inkl. MwSt.</b>			<b>2'925'132.00 CHF</b>	

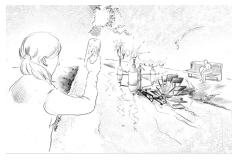
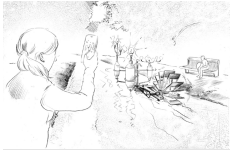

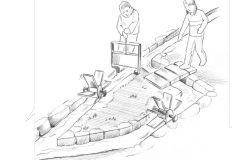



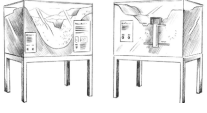
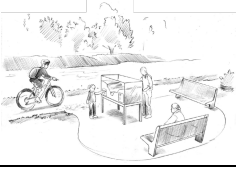
2'716'000.00 CHF


Pos.	Massnahme	Skizze	Anzahl	Objekt / Materialisierung	Grobkostenschätzung	Leistungen Erlebnisplan	Honoraraufwand Erlebnisplan	Summe pro Projekt GERUNDET
<b>1.0 Leit- und Erzählfigur; Identifikationsfigur für Kinder / Maskottchen -Tossa</b>								
<b>Bemerkungen</b> Die Kostenschätzung versteht sich als Richtwert, welcher sich auf eine erste Annahme des Massnahmenumfangs bezieht. Für eine verbindliche Einschätzung der Umsetzungsmassnahmen gilt es hierzu in einem nächsten Schritt das Content-Konzept aufzubereiten und zu vertiefen.								
1.1	Entwicklung Erzählfigur			Entwicklung Characterdesign	6'500.00 CHF		3'125.00 CHF	
1.2	Entwicklung Geschichte zur Erzählfigur			Entwicklung Geschichte zur Erzählfigur Rechere Content, Autor, Textproduktion, Wissensträger/Experten, Contentmatrix und Storyboard	6'000.00 CHF	Detailkonzept, Realisationsbegleitung		
<b>Zwischentotal</b>					<b>12'500.00 CHF</b>		<b>3'125.00 CHF</b>	<b>16'000.00 CHF</b>
<b>2.0 Einheitliches Leitsystem</b>								
2.1	Leitsystem		1	Entwicklung Grafik/Layout für Wegweiser, Infotafeln, Übersichtskarten, Erlebnisbegleiter, etc.	5'000.00 CHF		8'250.00 CHF	
2.2	Wegweiser		20	Grafik/Satz Fundamente, Produktion, Montage	28'000.00 CHF	Detailkonzept, Planung, Realisationsbegleitung		
<b>Zwischentotal</b>					<b>33'000.00 CHF</b>		<b>8'250.00 CHF</b>	<b>41'000.00 CHF</b>

3.0 Treffpunkt (anhand Bsp. Treffpunkt Turbenthal)								
3.1	Stelen		7	Content Entwicklung Text und Illustration, Grafik/Layout Fundamente, Produktion, Montage	36'000.00 CHF	Detailkonzept, Planung, Realisationsbegleitung	19'750.00 CHF	
3.2	Bänke		3	Fundamente, Produktion, Montage	23'000.00 CHF			
3.3	Interaktives Spielformat		1	Fundamente, Produktion, Montage	20'000.00 CHF			
<b>Zwischentotal</b>					<b>79'000.00 CHF</b>		<b>19'750.00 CHF</b>	<b>99'000.00 CHF</b>






4.0 Erlebnis Wasserkraft								
4.1	Einblick in das Turbinenhaus 3D Bilder		7	Content Entwicklung Text und Bild, Grafik/Layout Produktion, Montage	10'000.00 CHF	Detailkonzept, Planung, Realisationsbegleitung	31'500.00 CHF	
4.2	Einblick in das Turbinenhaus Augemented Reality		3	Content Entwicklung Text und Bild, Grafik/Layout Produktion, Montage	20'000.00 CHF			
4.3	Interaktives Model		3	Content Entwicklung Text, Grafik/Layout Fundamente, Produktion, Montage	60'000.00 CHF			
<b>Zwischentotal</b>					<b>90'000.00 CHF</b>		<b>31'500.00 CHF</b>	<b>122'000.00 CHF</b>

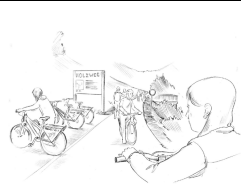




<b>5.0 Kanal Erlebnis Kollbrunn</b>								
5.1	Kinetische Installationen		3	Content Entwicklung Text und Illustration, Grafik/Layout Fundamente, Produktion, Montage	180'000.00 CHF	Detailkonzept, Planung, Realisationsbegleitung	51'850.00 CHF	
5.2	Aufenthaltsqualität (Bänke)		5	Fundamente, Produktion, Montage	25'000.00 CHF			
5.3	Hängematten		3	Kauf, Montage	2'400.00 CHF			
<b>Zwischentotal</b>					<b>207'400.00 CHF</b>		<b>51'850.00 CHF</b>	<b>259'000.00 CHF</b>
<b>6.0 Kanalsystem Turbenthal</b>								
6.1	Spielstation am Kanal		10	Content Entwicklung Text und Illustration, Grafik/Layout Fundamente, Produktion, Montage	169'000.00 CHF	Detailkonzept, Planung, Realisationsbegleitung	92'700.00 CHF	
6.2	Wasserspielplatz		1	Content Entwicklung Text und Illustration, Grafik/Layout Fundamente, Produktion, Montage	140'000.00 CHF			
<b>Zwischentotal</b>					<b>309'000.00 CHF</b>		<b>92'700.00 CHF</b>	<b>402'000.00 CHF</b>

7.0 Wasser Geologie (pro Standort)							
7.1	Installation Wasserfassung		1	Content Entwicklung Text und Illustration, Grafik/Layout Fundamente, Produktion, Montage	50'000.00 CHF		21'000.00 CHF
7.2	Bänke (Aufenthaltsqualität)		2	Fundamente, Produktion, Montage	10'000.00 CHF	Detailkonzept, Planung, Realisationsbegleitung	
<b>Zwischentotal</b>					<b>60'000.00 CHF</b>		
							<b>81'000.00 CHF</b>


8.0 Wasserspielplatz Badi Neuguet							
8.1	Wasserspielplatz		9	Content Entwicklung Text und Illustration, Grafik/Layout Fundamente, Produktion, Montage - Fontänen - Rinnensystem - Wasserräder - Fördersysteme - Wasserland Spiele	250'000.00 CHF		80'700.00 CHF
8.2	Schliesssystem		1	Schliesssystem zwischen geschlossenen und öffentlichen Bereich des Freibades	15'000.00 CHF		
8.3	Wegführung zum Spielplatz und Leitsystem		1	Weg und Tafel Content Entwicklung Text und Illustration, Grafik/Layout Fundamente, Produktion, Montage	4'000.00 CHF	Detailkonzept, Planung, Realisationsbegleitung	
<b>Zwischentotal</b>					<b>269'000.00 CHF</b>		
							<b>350'000.00 CHF</b>

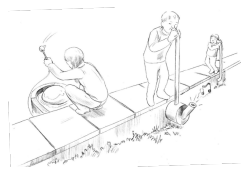
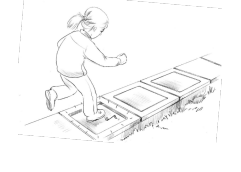






10.0 Chämmerlibach								
10.1	Sitz- und Liege-Plattformen / Aussichtsplattformen		3	Fundamente, Produktion, Montage	40'500.00 CHF		31'375.00 CHF	
10.2	Instandstellung beschädigter Strukturen, sanfter Eingriff; variiert je nach Struktur		3	Fundamente, Produktion, Montage	45'000.00 CHF			
10.3	Stelen mit Geschichten, Mythen und Sagen inkl. Portal		7	Content Entwicklung Text und Illustration, Grafik/Layout Fundamente, Produktion, Montage	40'000.00 CHF	Detailkonzept, Planung, Realisationsbegleitung		
<b>Zwischentotal</b>					<b>125'500.00 CHF</b>		<b>31'375.00 CHF</b>	<b>157'000.00 CHF</b>
11.0 Verkehr Erlebnisweg Bauma								
11.1	Infostelen		9	Content Entwicklung Text und Illustration, Grafik/Layout Erlebnisbegleiter Karte oder Heft Stanzen Fundamente, Produktion, Montage	90'000.00 CHF	Detailkonzept, Planung, Realisationsbegleitung	22'500.00 CHF	
<b>Zwischentotal</b>					<b>90'000.00 CHF</b>		<b>22'500.00 CHF</b>	<b>113'000.00 CHF</b>
12.0 Natur und Genuss Weg Tösstal								
12.1	Inszenierte Stationen		5	Content Entwicklung Text und Illustration, Grafik/Layout Erlebnisbegleiter Karte oder Heft Zusatzausstattung Gastronomie z.B. Tischsets, Gläser mit Logo, etc. Fundamente, Produktion, Montage	107'000.00 CHF	Detailkonzept, Planung, Realisationsbegleitung	26'750.00 CHF	
<b>Zwischentotal</b>					<b>107'000.00 CHF</b>		<b>26'750.00 CHF</b>	<b>134'000.00 CHF</b>

13.0 Steg - Bachscheiden								
13.1	Eingangportal		1	Vorder- und Rückseite Content Entwicklung Text und Illustration, Grafik/Layout Fundamente, Produktion, Montage	11'500.00 CHF		51'450.00 CHF	
13.2	Infotafeln		6	Vorder- und Rückseite Content Entwicklung Text und Illustration, Grafik/Layout Fundamente, Produktion, Montage	20'000.00 CHF			
13.3	Velo-Verleih System		1	6 Fahrräder Initialkosten CHF 2'000 Kosten/Jahr CHF 9'000 Reserve CHF 1'000 Referenz: Rent a Bike	12'000			
13.4	Genussliegen		3	Fundamente, Produktion, Montage	15'500.00 CHF			
13.5	Spielplatz		1	Fläche ca. 15m*15m Fundamente, Produktion, Montage	70'000.00 CHF			
13.6	Interaktive Formate; zB. Bäume fällen		2	Fundamente, Produktion, Montage	30'000.00 CHF			
<b>Zwischentotal</b>					<b>147'000.00 CHF</b>	Detailkonzept, Planung, Realisationsbegleitung	<b>51'450.00 CHF</b>	<b>198'000.00 CHF</b>



<b>14.0 Brügglweg</b>								
14.1	Stelen		12	mit Drehmechanismus Content Entwicklung Text und Illustration, Grafik/Layout Fundamente, Produktion, Montage	80'000.00 CHF	Detailkonzept, Planung, Realisationsbegleitung	24'000.00 CHF	
<b>Zwischentotal</b>					<b>80'000.00 CHF</b>		<b>24'000.00 CHF</b>	<b>104'000.00 CHF</b>

<b>15.0 Plättliweg</b>								
15.1	Eingangportal		2	Content Entwicklung Text und Illustration, Grafik/Layout Fundamente, Produktion, Montage	30'000.00 CHF		52'050.00 CHF	
15.2	Wasser Orchester		1	Content Entwicklung Text und Illustration, Grafik/Layout Fundamente, Produktion, Montage	50'000.00 CHF			
15.3	Klangplatten		12	Content Entwicklung Text und Illustration, Grafik/Layout Fundamente, Produktion, Montage	70'000.00 CHF			
15.4	Grillplatz		1	Fundamente, Produktion, Montage Feuerstelle mit Grill Sitzbänke (3 Stk.)	23'500.00 CHF	Detailkonzept, Planung, Realisationsbegleitung		
<b>Zwischentotal</b>					<b>173'500.00 CHF</b>		<b>52'050.00 CHF</b>	<b>226'000.00 CHF</b>

16.0 Baden und Genuss								
16.1	Toiletten (Kompotoi)		7	Einkauf und Branding Content Entwicklung Text und Illustration, Grafik/Layout	56'000.00 CHF	Detailkonzept, Planung, Realisationsbegleitung	26'125.00 CHF	
16.2	Sitz- und Liegemöbel		10	Fundamente, Produktion, Montage	40'000.00 CHF			
16.3	Tösstal Tüechli		für 100 Tücher	Content Entwicklung Text und Illustration, Grafik/Layout	6'000.00 CHF			
16.4	Tösstal Trinkflasche		für 1000 Flaschen	Content Entwicklung Text und Illustration, Grafik/Layout	8'500.00 CHF			
16.5	Wasser Erlebnisstruktur		5	Fundamente, Produktion, Montage	50'000.00 CHF			
<b>Zwischentotal</b>					<b>160'500.00 CHF</b>		<b>26'125.00 CHF</b>	<b>187'000.00 CHF</b>

17.0 Digitalisierte Erlebniswege (ein Format)								
17.1	Infotafeln mit QR Codes		20	Content Entwicklung/Überarbeitung Text und Illustration, Grafik/Layout Annahme: Wandmontage	40'000.00 CHF		15'000.00 CHF	
17.2	Aufbereitung der Inhalte via Website oder PDF		20	Grafik/Layout, Programmierung	8'000.00 CHF			
17.3	Aufbereitung der Inhalte via Video		5	Aufnahmen, Schnitt, Programmierung	8'000.00 CHF			
17.4	Aufbereitung der Inhalte via Audio guide		20	Sprecher, Aufnahmen, Schnitt, Programmierung	4'000.00 CHF			
17.5	Aufbereitung der Inhalte via App/ ganzheitlichs Spielerlebnis		20	Content Aufbereitung nach individuellen Wünschen: interaktiv, mit Text, Spielen, Rätseln, Audioaufnahmen, Video Aufnahmen, Augmented Reality, Virtual Reality, etc.	60'000.00 CHF			
<b>Zwischentotal</b>					<b>60'000.00 CHF</b>		<b>15'000.00 CHF</b>	<b>75'000.00 CHF</b>

# Kostenschätzung zu Konzept



Basis: Konzept erlebnisplan AG, Luzern, Stand März 2022  
Abschlussdokument Konzeptphase  
Kostengenauigkeit +/- 25%

Wila, 16.03.2022

Projektleitung ErlebnisRaum Tösstal

Ueli Erb

## Kostenzusammenstellung

(approximativer Aufwand +/- 25%)

<b>Modul 00</b>	<b>Allgemeiner Aufwand</b>			<b>CHF</b>	<b>215'760.00</b>
Phase 3a	Bereinigung Konzepte und Kostenschätzung	CHF	39'340.00		
Phase 3b	Detailprojekte mit Kostenvoranschlägen	CHF	41'420.00		
Phase 4	Realisierung	CHF	135'000.00		
<b>Modul 01</b>	<b>Leit und Erzählfigur</b>			<b>CHF</b>	<b>17'700.00</b>
Phase 3a	Bereinigung Konzepte und Kostenschätzung	CHF	3'300.00		
Phase 3b	Detailprojekte mit Kostenvoranschlägen	CHF	4'600.00		
Phase 4	Realisierung	CHF	9'800.00		
<b>Modul 02</b>	<b>Einheitliches Leitsystem</b>			<b>CHF</b>	<b>54'100.00</b>
Phase 3a	Bereinigung Konzepte und Kostenschätzung	CHF	2'800.00		
Phase 3b	Detailprojekte mit Kostenvoranschlägen	CHF	8'300.00		
Phase 4	Realisierung	CHF	43'000.00		
<b>Modul 03</b>	<b>Sennhof – Wald (sieben "Treffpunkte")</b>			<b>CHF</b>	<b>506'900.00</b>
Phase 3a	Bereinigung Konzepte und Kostenschätzung	CHF	27'340.00		
Phase 3b	Detailprojekte mit Kostenvoranschlägen	CHF	71'600.00		
Phase 4	Realisierung	CHF	407'960.00		
<b>Modul 04</b>	<b>Erlebnis Wasserkraft</b>			<b>CHF</b>	<b>162'800.00</b>
Phase 3a	Bereinigung Konzepte und Kostenschätzung	CHF	12'300.00		
Phase 3b	Detailprojekte mit Kostenvoranschlägen	CHF	30'900.00		
Phase 4	Realisierung	CHF	119'600.00		
<b>Modul 05</b>	<b>Kanalerlebnis Kollbrunn</b>			<b>CHF</b>	<b>308'700.00</b>
Phase 3a	Bereinigung Konzepte und Kostenschätzung	CHF	15'700.00		
Phase 3b	Detailprojekte mit Kostenvoranschlägen	CHF	46'000.00		
Phase 4	Realisierung	CHF	247'000.00		
<b>Modul 06</b>	<b>Kanalsystem Turbenthal</b>			<b>CHF</b>	<b>466'050.00</b>
Phase 3a	Bereinigung Konzepte und Kostenschätzung	CHF	23'700.00		
Phase 3b	Detailprojekte mit Kostenvoranschlägen	CHF	71'350.00		
Phase 4	Realisierung	CHF	371'000.00		
<b>Modul 07</b>	<b>Wasser, Geologie (drei Standorte)</b>			<b>CHF</b>	<b>256'500.00</b>
Phase 3a	Bereinigung Konzepte und Kostenschätzung	CHF	12'500.00		
Phase 3b	Detailprojekte mit Kostenvoranschlägen	CHF	31'000.00		
Phase 4	Realisierung	CHF	213'000.00		
<b>Modul 08</b>	<b>Wasserspielplatz Badi Neuguet</b>			<b>CHF</b>	<b>434'200.00</b>
Phase 3a	Bereinigung Konzepte und Kostenschätzung	CHF	22'300.00		
Phase 3b	Detailprojekte mit Kostenvoranschlägen	CHF	65'500.00		
Phase 4	Realisierung	CHF	346'400.00		

<b>Modul 09</b>	<b>Landenberger Burgruinen</b>		<b>CHF</b>	<b>180'300.00</b>
Phase 3a	Bereinigung Konzepte und Kostenschätzung	CHF	9'200.00	
Phase 3b	Detailprojekte mit Kostenvoranschlägen	CHF	25'300.00	
Phase 4	Realisierung	CHF	145'800.00	
<b>Modul 10</b>	<b>Chämmerlibachweg (Bauma)</b>		<b>CHF</b>	<b>187'200.00</b>
Phase 3a	Bereinigung Konzepte und Kostenschätzung	CHF	8'900.00	
Phase 3b	Detailprojekte mit Kostenvoranschlägen	CHF	25'700.00	
Phase 4	Realisierung	CHF	152'600.00	
<b>Modul 11</b>	<b>Verkehrs Erlebnisweg Bauma</b>		<b>CHF</b>	<b>138'550.00</b>
Phase 3a	Bereinigung Konzepte und Kostenschätzung	CHF	9'400.00	
Phase 3b	Detailprojekte mit Kostenvoranschlägen	CHF	17'250.00	
Phase 4	Realisierung	CHF	111'900.00	
<b>Modul 12</b>	<b>Natur und Genuss Weg Tösstal</b>		<b>CHF</b>	<b>147'360.00</b>
Phase 3a	Bereinigung Konzepte und Kostenschätzung	CHF	7'860.00	
Phase 3b	Detailprojekte mit Kostenvoranschlägen	CHF	18'400.00	
Phase 4	Realisierung	CHF	121'100.00	
<b>Modul 13</b>	<b>Steg - Bachschiedi (Fischenthal)</b>		<b>CHF</b>	<b>229'900.00</b>
Phase 3a	Bereinigung Konzepte und Kostenschätzung	CHF	13'400.00	
Phase 3b	Detailprojekte mit Kostenvoranschlägen	CHF	35'900.00	
Phase 4	Realisierung	CHF	180'600.00	
<b>Modul 14</b>	<b>Brüggliweg (Wald)</b>		<b>CHF</b>	<b>124'000.00</b>
Phase 3a	Bereinigung Konzepte und Kostenschätzung	CHF	7'300.00	
Phase 3b	Detailprojekte mit Kostenvoranschlägen	CHF	17'000.00	
Phase 4	Realisierung	CHF	99'700.00	
<b>Modul 15</b>	<b>Plättliweg</b>		<b>CHF</b>	<b>258'100.00</b>
Phase 3a	Bereinigung Konzepte und Kostenschätzung	CHF	13'600.00	
Phase 3b	Detailprojekte mit Kostenvoranschlägen	CHF	36'200.00	
Phase 4	Realisierung	CHF	208'300.00	
<b>Modul 16</b>	<b>Baden und Genuss</b>		<b>CHF</b>	<b>205'580.00</b>
Phase 3a	Bereinigung Konzepte und Kostenschätzung	CHF	5'900.00	
Phase 3b	Detailprojekte mit Kostenvoranschlägen	CHF	18'180.00	
Phase 4	Realisierung	CHF	181'500.00	

<b>Modul 17</b>	<b>Dorfrundgang Bauma</b>			<b>CHF</b>	<b>43'900.00</b>
Phase 3a	Bereinigung Konzepte und Kostenschätzung	CHF	5'900.00		
Phase 3b	Detailprojekte mit Kostenvoranschlägen	CHF	9'500.00		
Phase 4	Realisierung	CHF	28'500.00		
<b>Modul 18</b>	<b>Dorfrundgang Wila</b>			<b>CHF</b>	<b>62'400.00</b>
Phase 3a	Bereinigung Konzepte und Kostenschätzung	CHF	5'900.00		
Phase 3b	Detailprojekte mit Kostenvoranschlägen	CHF	9'500.00		
Phase 4	Realisierung	CHF	47'000.00		
<b>Gesamtkosten ohne Betrieb</b>					<b>CHF 4'000'000.00</b>

**Phase 3a (Vorprojekte mit Kostenschätzung)**

		Projektleitungs- und Planungskosten	
<b>Allgemeiner Aufwand</b>			<b>CHF 39'340.00</b>
Projektleitung	CHF	6'000.00	
Projektbegleitung Technisch	CHF	20'000.00	
Projektbegleitung Kommunikation	CHF	5'000.00	
Nebenkosten / Rundung	CHF	8'340.00	
<b>Modul 01</b>		<b>Projektleitungs- und Planungskosten</b>	
<b>Leit und Erzählfigur</b>			<b>CHF 3'300.00</b>
Projektleitung	CHF	500.00	
Projektbegleitung Kreativ	CHF	2'625.00	
Projektbegleitung Technisch	CHF	-	
Nebenkosten / Rundung	CHF	175.00	
<b>Modul 02</b>		<b>Projektleitungs- und Planungskosten</b>	
<b>Einheitliches Leitsystem</b>			<b>CHF 2'800.00</b>
Projektleitung	CHF	1'000.00	
Projektbegleitung Kreativ	CHF	1'650.00	
Projektbegleitung Technisch	CHF	-	
Nebenkosten / Rundung	CHF	150.00	
<b>Modul 03</b>		<b>Projektleitungs- und Planungskosten</b>	
<b>Sennhof – Wald (sieben "Treffpunkte")</b>			<b>CHF 27'340.00</b>
Projektleitung	CHF	500.00	
Projektbegleitung Kreativ	CHF	16'590.00	
Projektbegleitung Technisch	CHF	10'000.00	
Nebenkosten / Rundung	CHF	250.00	
<b>Modul 04</b>		<b>Projektleitungs- und Planungskosten</b>	
<b>Erlebnis Wasserkraft (Sennhof - Wila)</b>			<b>CHF 12'300.00</b>
Projektleitung	CHF	1'000.00	
Projektbegleitung Kreativ	CHF	6'300.00	
Projektbegleitung Technisch	CHF	5'000.00	
Nebenkosten / Rundung	CHF	-	
<b>Modul 05</b>		<b>Projektleitungs- und Planungskosten</b>	
<b>Kanalerlebnis Kollbrunn</b>			<b>CHF 15'700.00</b>
Projektleitung	CHF	1'000.00	
Projektbegleitung Kreativ	CHF	10'400.00	
Projektbegleitung Technisch	CHF	4'000.00	
Nebenkosten / Rundung	CHF	300.00	



<b>Modul 06</b>		<b>Projektleitungs- und Planungskosten</b>	
<b>Kanalsystem Turbenthal</b>		<b>CHF</b>	<b>23'700.00</b>
	Projektleitung	CHF	1'000.00
	Projektbegleitung Kreativ	CHF	18'540.00
	Projektbegleitung Technisch	CHF	4'000.00
	Nebenkosten / Rundung	CHF	160.00
<b>Modul 07</b>		<b>Projektleitungs- und Planungskosten</b>	
<b>Wasser, Geologie (drei Standorte)</b>		<b>CHF</b>	<b>12'500.00</b>
	Projektleitung	CHF	500.00
	Projektbegleitung Kreativ	CHF	10'000.00
	Projektbegleitung Technisch	CHF	2'000.00
	Nebenkosten / Rundung	CHF	-
<b>Modul 08</b>		<b>Projektleitungs- und Planungskosten</b>	
<b>Wasserspielplatz Badi Neuguet (Turbenthal, Wila, Wildberg)</b>		<b>CHF</b>	<b>22'300.00</b>
	Projektleitung	CHF	1'000.00
	Projektbegleitung Kreativ	CHF	16'140.00
	Projektbegleitung Technisch	CHF	5'000.00
	Nebenkosten / Rundung	CHF	160.00
<b>Modul 09</b>		<b>Projektleitungs- und Planungskosten</b>	
<b>Burgruinen (Bauma, Wila, Turbenthal)</b>		<b>CHF</b>	<b>9'200.00</b>
	Projektleitung	CHF	1'000.00
	Projektbegleitung Kreativ	CHF	6'075.00
	Projektbegleitung Technisch	CHF	2'000.00
	Nebenkosten / Rundung	CHF	125.00
<b>Modul 10</b>		<b>Projektleitungs- und Planungskosten</b>	
<b>Chämmerlibachweg (Bauma)</b>		<b>CHF</b>	<b>8'900.00</b>
	Projektleitung	CHF	500.00
	Projektbegleitung Kreativ	CHF	6'280.00
	Projektbegleitung Technisch	CHF	2'000.00
	Nebenkosten / Rundung	CHF	120.00
<b>Modul 11</b>		<b>Projektleitungs- und Planungskosten</b>	
<b>Verkehrs Erlebnisweg Bauma</b>		<b>CHF</b>	<b>9'400.00</b>
	Projektleitung	CHF	1'000.00
	Projektbegleitung Kreativ	CHF	6'280.00
	Projektbegleitung Technisch	CHF	2'000.00
	Nebenkosten / Rundung	CHF	120.00
<b>Modul 12</b>		<b>Projektleitungs- und Planungskosten</b>	
<b>Natur und Genuss Weg Tösstal</b>		<b>CHF</b>	<b>7'860.00</b>
	Projektleitung	CHF	1'500.00
	Projektbegleitung Kreativ	CHF	6'360.00
	Projektbegleitung Technisch	CHF	-
	Nebenkosten / Rundung	CHF	-

<b>Modul 13</b>		<b>Projektleitungs- und Planungskosten</b>	
<b>Steg - Bachschiedi (Fischenthal)</b>		<b>CHF</b>	<b>13'400.00</b>
	Projektleitung	CHF	1'000.00
	Projektbegleitung Kreativ	CHF	10'290.00
	Projektbegleitung Technisch	CHF	2'000.00
	Nebenkosten / Rundung	CHF	110.00
<b>Modul 14</b>		<b>Projektleitungs- und Planungskosten</b>	
<b>Brüggliweg (Wald)</b>		<b>CHF</b>	<b>7'300.00</b>
	Projektleitung	CHF	500.00
	Projektbegleitung Kreativ	CHF	4'800.00
	Projektbegleitung Technisch	CHF	2'000.00
	Nebenkosten / Rundung	CHF	-
<b>Modul 15</b>		<b>Projektleitungs- und Planungskosten</b>	
<b>Plättliweg (Wald)</b>		<b>CHF</b>	<b>13'600.00</b>
	Projektleitung	CHF	1'000.00
	Projektbegleitung Kreativ	CHF	10'410.00
	Projektbegleitung Technisch	CHF	2'000.00
	Nebenkosten / Rundung	CHF	190.00
<b>Modul 16</b>		<b>Projektleitungs- und Planungskosten</b>	
<b>Baden und Genuss</b>		<b>CHF</b>	<b>5'900.00</b>
	Projektleitung	CHF	500.00
	Projektbegleitung Kreativ	CHF	5'225.00
	Projektbegleitung Technisch	CHF	-
	Nebenkosten / Rundung	CHF	175.00
<b>Modul 17</b>		<b>Projektleitungs- und Planungskosten</b>	
<b>Dorfrundgang Bauma</b>		<b>CHF</b>	<b>5'900.00</b>
	Projektleitung	CHF	500.00
	Projektbegleitung Kreativ	CHF	3'000.00
	Projektbegleitung Technisch	CHF	2'000.00
	Nebenkosten / Rundung	CHF	400.00
<b>Modul 18</b>		<b>Projektleitungs- und Planungskosten</b>	
<b>Dorfrundgang Wila</b>		<b>CHF</b>	<b>5'900.00</b>
	Projektleitung	CHF	500.00
	Projektbegleitung Kreativ	CHF	3'000.00
	Projektbegleitung Technisch	CHF	2'000.00
	Nebenkosten / Rundung	CHF	400.00

**Total Phase 3a**

**CHF 246'640.00**

**Phase 3b (Projekte und Kostenvoranschlag)**

		Projektleitungs- und Planungskosten	
<b>Allgemeiner aufwand</b>			<b>CHF 41'420.00</b>
Projektleitung	CHF	5'000.00	
Projektbegleitung Technisch	CHF	25'000.00	
Projektbegleitung Kommunikation	CHF	5'000.00	
Nebenkosten / Rundung	CHF	6'420.00	
<b>Modul 01</b>		<b>Projektleitungs- und Planungskosten</b>	
<b>Leit und Erzählfigur</b>			<b>CHF 4'600.00</b>
Projektleitung	CHF	-	
Projektbegleitung Kreativ	CHF	4'562.00	
Projektbegleitung Technisch	CHF	-	
Nebenkosten / Rundung	CHF	38.00	
<b>Modul 02</b>		<b>Projektleitungs- und Planungskosten</b>	
<b>Einheitliches Leitsystem</b>			<b>CHF 8'300.00</b>
Projektleitung	CHF	-	
Projektbegleitung Kreativ	CHF	4'125.00	
Projektbegleitung Technisch	CHF	4'000.00	
Nebenkosten / Rundung	CHF	175.00	
<b>Modul 03</b>		<b>Projektleitungs- und Planungskosten</b>	
<b>Sennhof – Wald (sieben "Treffpunkte")</b>			<b>CHF 71'600.00</b>
Projektleitung	CHF	-	
Projektbegleitung Kreativ	CHF	41'475.00	
Projektbegleitung Technisch	CHF	30'000.00	
Nebenkosten / Rundung	CHF	125.00	
<b>Modul 04</b>		<b>Projektleitungs- und Planungskosten</b>	
<b>Erlebnis Wasserkraft (Sennhof - Wila)</b>			<b>CHF 30'900.00</b>
Projektleitung	CHF	-	
Projektbegleitung Kreativ	CHF	15'750.00	
Projektbegleitung Technisch	CHF	15'000.00	
Nebenkosten / Rundung	CHF	150.00	
<b>Modul 05</b>		<b>Projektleitungs- und Planungskosten</b>	
<b>Kanalerlebnis Kollbrunn</b>			<b>CHF 46'000.00</b>
Projektleitung	CHF	-	
Projektbegleitung Kreativ	CHF	26'000.00	
Projektbegleitung Technisch	CHF	20'000.00	
Nebenkosten / Rundung	CHF	-	

<b>Modul 06</b>		<b>Projektleitungs- und Planungskosten</b>	
<b>Kanalsystem Turbenthal</b>			<b>CHF 71'350.00</b>
	Projektleitung	CHF	-
	Projektbegleitung Kreativ	CHF	46'350.00
	Projektbegleitung Technisch	CHF	25'000.00
	Nebenkosten / Rundung	CHF	-
<b>Modul 07</b>		<b>Projektleitungs- und Planungskosten</b>	
<b>Wasser, Geologie (drei Standorte)</b>			<b>CHF 31'000.00</b>
	Projektleitung	CHF	-
	Projektbegleitung Kreativ	CHF	25'000.00
	Projektbegleitung Technisch	CHF	6'000.00
	Nebenkosten / Rundung	CHF	-
<b>Modul 08</b>		<b>Projektleitungs- und Planungskosten</b>	
<b>Wasserspielplatz Badi Neuguet (Turbenthal, Wila, Wildberg)</b>			<b>CHF 65'500.00</b>
	Projektleitung	CHF	-
	Projektbegleitung Kreativ	CHF	40'350.00
	Projektbegleitung Technisch	CHF	25'000.00
	Nebenkosten / Rundung	CHF	150.00
<b>Modul 09</b>		<b>Projektleitungs- und Planungskosten</b>	
<b>Burgruinen (Bauma, Wila, Turbenthal)</b>			<b>CHF 25'300.00</b>
	Projektleitung	CHF	-
	Projektbegleitung Kreativ	CHF	15'190.00
	Projektbegleitung Technisch	CHF	10'000.00
	Nebenkosten / Rundung	CHF	110.00
<b>Modul 10</b>		<b>Projektleitungs- und Planungskosten</b>	
<b>Chämmerlibachweg (Bauma)</b>			<b>CHF 25'700.00</b>
	Projektleitung	CHF	-
	Projektbegleitung Kreativ	CHF	15'700.00
	Projektbegleitung Technisch	CHF	10'000.00
	Nebenkosten / Rundung	CHF	-
<b>Modul 11</b>		<b>Projektleitungs- und Planungskosten</b>	
<b>Verkehrs Erlebnisweg Bauma</b>			<b>CHF 17'250.00</b>
	Projektleitung	CHF	-
	Projektbegleitung Kreativ	CHF	11'250.00
	Projektbegleitung Technisch	CHF	6'000.00
	Nebenkosten / Rundung	CHF	-
<b>Modul 12</b>		<b>Projektleitungs- und Planungskosten</b>	
<b>Natur und Genuss Weg Tösstal</b>			<b>CHF 18'400.00</b>
	Projektleitung	CHF	-
	Projektbegleitung Kreativ	CHF	15'400.00
	Projektbegleitung Technisch	CHF	3'000.00
	Nebenkosten / Rundung	CHF	-

<b>Modul 13</b>		<b>Projektleitungs- und Planungskosten</b>	
<b>Steg - Bachschiadi (Fischenthal)</b>		<b>CHF</b>	<b>35'900.00</b>
	Projektleitung	CHF	-
	Projektbegleitung Kreativ	CHF	25'725.00
	Projektbegleitung Technisch	CHF	10'000.00
	Nebenkosten / Rundung	CHF	175.00
<b>Modul 14</b>		<b>Projektleitungs- und Planungskosten</b>	
<b>Brüggliweg (Wald)</b>		<b>CHF</b>	<b>17'000.00</b>
	Projektleitung		
	Projektbegleitung Kreativ	CHF	12'000.00
	Projektbegleitung Technisch	CHF	5'000.00
	Nebenkosten / Rundung	CHF	-
<b>Modul 15</b>		<b>Projektleitungs- und Planungskosten</b>	
<b>Plättliweg (Wald)</b>		<b>CHF</b>	<b>36'200.00</b>
	Projektleitung	CHF	-
	Projektbegleitung Kreativ	CHF	26'025.00
	Projektbegleitung Technisch	CHF	10'000.00
	Nebenkosten / Rundung	CHF	175.00
<b>Modul 16</b>		<b>Projektleitungs- und Planungskosten</b>	
<b>Baden und Genuss</b>		<b>CHF</b>	<b>18'180.00</b>
	Projektleitung	CHF	-
	Projektbegleitung Kreativ	CHF	13'062.00
	Projektbegleitung Technisch	CHF	5'000.00
	Nebenkosten / Rundung	CHF	118.00
<b>Modul 17</b>		<b>Projektleitungs- und Planungskosten</b>	
<b>Dorfrundgang Bauma</b>		<b>CHF</b>	<b>9'500.00</b>
	Projektleitung	CHF	-
	Projektbegleitung Kreativ	CHF	7'500.00
	Projektbegleitung Technisch	CHF	2'000.00
	Nebenkosten / Rundung	CHF	-
<b>Modul 18</b>		<b>Projektleitungs- und Planungskosten</b>	
<b>Dorfrundgang Wila</b>		<b>CHF</b>	<b>9'500.00</b>
	Projektleitung	CHF	-
	Projektbegleitung Kreativ	CHF	7'500.00
	Projektbegleitung Technisch	CHF	2'000.00
	Nebenkosten / Rundung	CHF	-

**Total Phase 3b**

**CHF 583'600.00**

**Phase 4 (Realisierung)**

		<b>Projektleitungs- und Planungskosten</b>	
<b>Allgemeiner Aufwand</b>			<b>CHF 135'000.00</b>
Projektleitung	CHF	20'000.00	
Projektbegleitung Kreativ	CHF	20'000.00	
Projektbegleitung Technisch	CHF	50'000.00	
Projektbegleitung Kommunikation	CHF	20'000.00	
Nebenkosten / Rundung	CHF	25'000.00	
<b>Modul 01</b>			
		<b>Umsetzungskosten</b>	
<b>Leit und Erzählfigur</b>			<b>CHF 9'800.00</b>
Projektleitung	CHF	1'000.00	
Projektbegleitung Kreativ	CHF	3'800.00	
Projektbegleitung Technisch	CHF	-	
Unternehmungen	CHF	5'000.00	
Nebenkosten / Rundung	CHF	-	
<b>Modul 02</b>			
		<b>Umsetzungskosten</b>	
<b>Einheitliches Leitsystem</b>			<b>CHF 43'000.00</b>
Projektleitung	CHF	2'000.00	
Projektbegleitung Kreativ	CHF	2'475.00	
Projektbegleitung Technisch	CHF	5'000.00	
Unternehmungen	CHF	33'000.00	
Nebenkosten / Rundung	CHF	525.00	
<b>Modul 03</b>			
		<b>Projektleitungs- und Baukosten</b>	
<b>Sennhof – Wald (sieben "Treffpunkte")</b>			<b>CHF 407'960.00</b>
Projektleitung	CHF	2'000.00	
Projektbegleitung Kreativ	CHF	24'885.00	
Projektbegleitung Technisch	CHF	30'000.00	
Unternehmungen	CHF	350'000.00	
Nebenkosten / Rundung	CHF	1'075.00	
<b>Modul 04</b>			
		<b>Projektleitungs- und Baukosten</b>	
<b>Erlebnis Wasserkraft (Sennhof - Wila)</b>			<b>CHF 119'600.00</b>
Projektleitung	CHF	2'000.00	
Projektbegleitung Kreativ	CHF	9'450.00	
Projektbegleitung Technisch	CHF	18'000.00	
Unternehmungen	CHF	90'000.00	
Nebenkosten / Rundung	CHF	150.00	
<b>Modul 05</b>			
		<b>Projektleitungs- und Baukosten</b>	
<b>Kanalerlebnis Kollbrunn</b>			<b>CHF 247'000.00</b>
Projektleitung	CHF	3'000.00	
Projektbegleitung Kreativ	CHF	15'600.00	
Projektbegleitung Technisch	CHF	20'000.00	
Unternehmungen	CHF	207'400.00	
Nebenkosten / Rundung	CHF	1'000.00	

<b>Modul 06</b>		<b>Projektleitungs- und Planungskosten</b>	
<b>Kanalsystem Turbenthal</b>			<b>CHF 371'000.00</b>
	Projektleitung	CHF	3'000.00
	Projektbegleitung Kreativ	CHF	27'810.00
	Projektbegleitung Technisch	CHF	30'000.00
	Unternehmungen	CHF	309'000.00
	Nebenkosten / Rundung	CHF	1'190.00
<b>Modul 07</b>		<b>Projektleitungs- und Baukosten</b>	
<b>Wasser, Geologie (drei Standorte)</b>			<b>CHF 213'000.00</b>
	Projektleitung	CHF	2'000.00
	Projektbegleitung Kreativ	CHF	15'000.00
	Projektbegleitung Technisch	CHF	15'000.00
	Unternehmungen	CHF	180'000.00
	Nebenkosten / Rundung	CHF	1'000.00
<b>Modul 08</b>		<b>Projektleitungs- und Baukosten</b>	
<b>Wasserspielplatz Badi Neuguet (Turbenthal, Wila, Wildberg)</b>			<b>CHF 346'400.00</b>
	Projektleitung	CHF	3'000.00
	Projektbegleitung Kreativ	CHF	24'210.00
	Projektbegleitung Technisch	CHF	50'000.00
	Unternehmungen	CHF	269'000.00
	Nebenkosten / Rundung	CHF	190.00
<b>Modul 09</b>		<b>Projektleitungs- und Baukosten</b>	
<b>Burgruinen (Bauma, Wila, Turbenthal)</b>			<b>CHF 145'800.00</b>
	Projektleitung	CHF	2'000.00
	Projektbegleitung Kreativ	CHF	9'112.00
	Projektbegleitung Technisch	CHF	12'000.00
	Unternehmungen	CHF	121'500.00
	Nebenkosten / Rundung	CHF	1'188.00
<b>Modul 10</b>		<b>Projektleitungs- und Baukosten</b>	
<b>Chämmerlibachweg (Bauma)</b>			<b>CHF 152'600.00</b>
	Projektleitung	CHF	2'000.00
	Projektbegleitung Kreativ	CHF	9'420.00
	Projektbegleitung Technisch	CHF	15'000.00
	Unternehmungen	CHF	125'000.00
	Nebenkosten / Rundung	CHF	1'180.00
<b>Modul 11</b>		<b>Projektleitungs- und Baukosten</b>	
<b>Verkehrs Erlebnisweg Bauma</b>			<b>CHF 111'900.00</b>
	Projektleitung	CHF	2'000.00
	Projektbegleitung Kreativ	CHF	6'750.00
	Projektbegleitung Technisch	CHF	12'000.00
	Unternehmungen	CHF	90'000.00
	Nebenkosten	CHF	1'150.00

<b>Modul 12</b>		<b>Projektleitungs- und Baukosten</b>	
<b>Natur und Genuss Weg Tösstal</b>			<b>CHF 121'100.00</b>
	Projektleitung	CHF	2'000.00
	Projektbegleitung Kreativ	CHF	9'920.00
	Projektbegleitung Technisch	CHF	1'000.00
	Unternehmungen	CHF	107'000.00
	Nebenkosten / Rundung	CHF	1'180.00
<b>Modul 13</b>		<b>Projektleitungs- und Baukosten</b>	
<b>Steg - Bachschiedi (Fischenthal)</b>			<b>CHF 180'600.00</b>
	Projektleitung	CHF	2'000.00
	Projektbegleitung Kreativ	CHF	15'435.00
	Projektbegleitung Technisch	CHF	15'000.00
	Unternehmungen	CHF	147'000.00
	Nebenkosten / Rundung	CHF	1'165.00
<b>Modul 14</b>		<b>Projektleitungs- und Baukosten</b>	
<b>Brüggliweg (Wald)</b>			<b>CHF 99'700.00</b>
	Projektleitung	CHF	1'500.00
	Projektbegleitung Kreativ	CHF	7'200.00
	Projektbegleitung Technisch	CHF	10'000.00
	Unternehmungen	CHF	80'000.00
	Nebenkosten / Rundung	CHF	1'000.00
<b>Modul 15</b>		<b>Projektleitungs- und Baukosten</b>	
<b>Plättliweg (Wald)</b>			<b>CHF 208'300.00</b>
	Projektleitung	CHF	3'000.00
	Projektbegleitung Kreativ	CHF	15'615.00
	Projektbegleitung Technisch	CHF	15'000.00
	Unternehmungen	CHF	173'500.00
	Nebenkosten / Rundung	CHF	1'185.00
<b>Modul 16</b>		<b>Projektleitungs- und Baukosten</b>	
<b>Baden und Genuss</b>			<b>CHF 181'500.00</b>
	Projektleitung	CHF	2'000.00
	Projektbegleitung Kreativ	CHF	7'837.00
	Projektbegleitung Technisch	CHF	10'000.00
	Unternehmungen	CHF	160'500.00
	Nebenkosten / Rundung	CHF	1'163.00
<b>Modul 17</b>		<b>Umsetzungskosten</b>	
<b>Dorfrundgang Bauma</b>			<b>CHF 28'500.00</b>
	Projektleitung	CHF	1'000.00
	Projektbegleitung Kreativ	CHF	4'500.00
	Projektbegleitung Technisch	CHF	2'000.00
	Unternehmungen	CHF	20'000.00
	Nebenkosten / Rundung	CHF	1'000.00



<b>Modul 18</b>		<b>Umsetzungskosten</b>	
<b>Dorfrundgang Wila</b>			<b>CHF 47'000.00</b>
	Projektleitung	CHF	1'000.00
	Projektbegleitung Kreativ	CHF	4'500.00
	Projektbegleitung Technisch	CHF	2'000.00
	Unternehmungen	CHF	38'000.00
	Nebenkosten / Rundung	CHF	1'500.00

**Total Phase 4**

**CHF 3'169'760.00**

Projektbeiträge (Annahmen)	Anteil Stadt Winterthur	CHF	-100'000.00
	Anteil Kanton Zürich	CHF	-100'000.00
	Stiftungen	CHF	-150'000.00
	Sponsoren	CHF	-150'000.00
	Lotteriefond	CHF	-1'500'000.00
<b>Anteil Gemeinden für Phase 4</b>		<b>CHF</b>	<b>1'169'760.00</b>

## Kostenverteiler nach Gemeinden

<b>Modul 0.0</b>			<b>CHF</b>	<b>125'755.50</b>	<b>Zell</b>	<b>Turbenthal</b>	<b>Wila</b>	<b>Wildberg</b>	<b>Bauma</b>	<b>Fiscenthal</b>	<b>Wald</b>	<b>Total</b>
Einwohner			Einwohner		6'430	4'983	1'998	1'009	4'881	2'501	10'200	32'002
	<b>Allgemeiner Aufwand</b>				20.09%	15.6%	6.2%	3.2%	15.3%	7.8%	31.9%	100.0%
Phase 3a	Bereinigung Konzepte und Kostenschätzung	39'340.00			7'904.39	6'125.59	2'456.14	1'240.36	6'000.20	3'074.47	12'538.84	39'340.00
Phase 3b	Detailprojekte mit Kostenvoranschlägen	41'420.00			8'322.31	6'449.47	2'586.00	1'305.94	6'317.45	3'237.03	13'201.80	41'420.00
Phase 4	Realisierung (Gemeindeanteil 1/3)	44'995.50			9'040.72	7'006.21	2'809.23	1'418.68	6'862.79	3'516.46	14'341.42	44'995.50
					<b>25'267.42</b>	<b>19'581.27</b>	<b>7'851.37</b>	<b>3'964.98</b>	<b>19'180.44</b>	<b>9'827.96</b>	<b>40'082.06</b>	125'755.50

<b>Modul 01 Leit und Erzählfür</b>			<b>CHF</b>	<b>11'166.63</b>	<b>Zell</b>	<b>Turbenthal</b>	<b>Wila</b>	<b>Wildberg</b>	<b>Bauma</b>	<b>Fiscenthal</b>	<b>Wald</b>	<b>Total</b>
Einwohner			Einwohner		6'430	4'983	1'998	1'009	4'881	2'501	10'200	32'002
					20.09%	15.6%	6.2%	3.2%	15.3%	7.8%	31.9%	100.0%
Phase 3a	Bereinigung Konzepte und Kostenschätzung	3'300.00			663.05	513.84	206.03	104.05	503.32	257.90	1'051.81	3'300.00
Phase 3b	Detailprojekte mit Kostenvoranschlägen	4'600.00			924.25	716.26	287.19	145.03	701.60	359.50	1'466.16	4'600.00
Phase 4	Realisierung (Gemeindeanteil 33.3%)	3'266.63			656.35	508.64	203.95	102.99	498.23	255.29	1'041.17	3'266.63
					<b>2'243.66</b>	<b>1'738.75</b>	<b>697.17</b>	<b>352.08</b>	<b>1'703.15</b>	<b>872.69</b>	<b>3'559.14</b>	11'166.63

<b>Modul 02 Einheitliches Leitsystem</b>			<b>CHF</b>	<b>25'433.19</b>	<b>Zell</b>	<b>Turbenthal</b>	<b>Wila</b>	<b>Wildberg</b>	<b>Bauma</b>	<b>Fiscenthal</b>	<b>Wald</b>	<b>Total</b>
Einwohner			Einwohner		6'430	4'983	1'998	1'009	4'881	2'501	10'200	32'002
					20.09%	15.6%	6.2%	3.2%	15.3%	7.8%	31.9%	100.0%
Phase 3a	Bereinigung Konzepte und Kostenschätzung	2'800.00			562.59	435.99	174.81	88.28	427.06	218.82	892.44	2'800.00
Phase 3b	Detailprojekte mit Kostenvoranschlägen	8'300.00			1'667.68	1'292.38	518.20	261.69	1'265.93	648.66	2'645.46	8'300.00
Phase 4	Realisierung (Gemeindeanteil 33.3%)	14'333.19			2'879.90	2'231.81	894.87	451.92	2'186.12	1'120.16	4'568.42	14'333.19
					<b>5'110.16</b>	<b>3'960.18</b>	<b>1'587.89</b>	<b>801.89</b>	<b>3'879.11</b>	<b>1'987.64</b>	<b>8'106.32</b>	25'433.19

<b>Modul 03</b>			<b>CHF</b>	<b>234'925.31</b>	<b>Zell</b>	<b>Turbenthal</b>	<b>Wila</b>	<b>Wildberg</b>	<b>Bauma</b>	<b>Fiscenthal</b>	<b>Wald</b>	<b>Total</b>
Einwohner			Einwohner		6'430	4'983	1'998	1'009	4'881	2'501	10'200	32'002
	<b>von Sennhof bis Wald (sieben "Treffpunkte")</b>				20.09%	15.6%	6.2%	3.2%	15.3%	7.8%	31.9%	100.0%
Phase 3a	Bereinigung Konzepte und Kostenschätzung	27'340.00			5'493.29	4'257.08	1'706.93	862.01	4'169.94	2'136.66	8'714.08	27'340.00
Phase 3b	Detailprojekte mit Kostenvoranschlägen	71'600.00			14'386.23	11'148.77	4'470.25	2'257.50	10'920.55	5'595.64	22'821.07	71'600.00
Phase 4	Realisierung (Gemeindeanteil 33.3%)	135'985.31			27'322.84	21'174.14	8'490.05	4'287.52	20'740.71	10'627.44	43'342.61	135'985.31
					<b>47'202.35</b>	<b>36'579.99</b>	<b>14'667.23</b>	<b>7'407.03</b>	<b>35'831.21</b>	<b>18'359.73</b>	<b>74'877.76</b>	234'925.31

Modul 04	Erlebnis Wasserkraft	CHF	83'062.68	Zell	Turbenthal	Wila	Wildberg	Bauma	Fiscenthal	Wald	Total
				Einwohner							
				6'430	4'983	1'998					13'411
				47.95%	37.2%	14.9%					100.0%
Phase 3a	Bereinigung Konzepte und Kostenschätzung	12'300.00		5'897.32	4'570.20	1'832.48					12'300.00
Phase 3b	Detailprojekte mit Kostenvoranschlägen	30'900.00		14'815.23	11'481.22	4'603.55					30'900.00
Phase 4	Realisierung (Gemeindeanteil 33.3%)	39'862.68		19'112.45	14'811.40	5'938.83					39'862.68
				<b>39'825.00</b>	<b>30'862.82</b>	<b>12'374.86</b>	-	-	-	-	83'062.68

Modul 05	Kanalerlebnis Kollbrunn	CHF	144'025.10	Zell	Turbenthal	Wila	Wildberg	Bauma	Fiscenthal	Wald	Total
				Einwohner							
				6'430							6'430
				100.00%							100.0%
Phase 3a	Bereinigung Konzepte und Kostenschätzung	15'700.00		15'700.00							15'700.00
Phase 3b	Detailprojekte mit Kostenvoranschlägen	46'000.00		46'000.00							46'000.00
Phase 4	Realisierung (Gemeindeanteil 33.3%)	82'325.10		82'325.10							82'325.10
				<b>144'025.10</b>	-	-	-	-	-	-	144'025.10

Modul 06	Kanalsystem Turbenthal	CHF	218'704.30	Zell	Turbenthal	Wila	Wildberg	Bauma	Fiscenthal	Wald	Total
				Einwohner							
					4'983						4'983
					100.0%						100.0%
Phase 3a	Bereinigung Konzepte und Kostenschätzung	23'700.00			23'700.00						23'700.00
Phase 3b	Detailprojekte mit Kostenvoranschlägen	71'350.00			71'350.00						71'350.00
Phase 4	Realisierung (Gemeindeanteil 33.3%)	123'654.30			123'654.30						123'654.30
				-	<b>218'704.30</b>	-	-	-	-	-	218'704.30

Modul 07	Wasser, Geologie (drei Standorte)	CHF	114'499.93	Zell	Turbenthal	Wila	Wildberg	Bauma	Fiscenthal	Wald	Total
				Einwohner							
				6'430	4'983			4'881			16'294
				39.46%	30.6%			30.0%			100.0%
Phase 3a	Bereinigung Konzepte und Kostenschätzung	12'500.00		4'932.80	3'822.73			3'744.48			12'500.00
Phase 3b	Detailprojekte mit Kostenvoranschlägen	31'000.00		12'233.34	9'480.36			9'286.30			31'000.00
Phase 4	Realisierung	70'999.93		28'018.26	21'713.06			21'268.61			70'999.93
				<b>45'184.40</b>	<b>35'016.15</b>	-	-	<b>34'299.38</b>	-	-	114'499.93

Modul 08	Wasserspielplatz Badi Neuguet	CHF	203'255.12	Zell	Turbenthal	Wila	Wildberg	Bauma	Fischenthal	Wald	Total
			Einwohner		4'983	1'998	1'009				7'990
					62.4%	25.0%	12.6%				100.0%
Phase 3a	Bereinigung Konzepte und Kostenschätzung	22'300.00			13'907.50	5'576.40	2'816.11				22'300.00
Phase 3b	Detailprojekte mit Kostenvoranschlägen	65'500.00			40'849.37	16'379.10	8'271.53				65'500.00
Phase 4	Realisierung (Gemeindeanteil 33.3%)	115'455.12			72'004.11	28'871.00	14'580.00				115'455.12
				-	<b>126'760.98</b>	<b>50'826.50</b>	<b>25'667.64</b>	-	-	-	203'255.12

Modul 09	Landenberger Burgruinen	CHF	83'095.14	Zell	Turbenthal	Wila	Wildberg	Bauma	Fischenthal	Wald	Total
			Einwohner		4'983	1'998		4'881			11'862
					42.0%	16.8%		41.1%			100.0%
Phase 3a	Bereinigung Konzepte und Kostenschätzung	9'200.00			3'864.74	1'549.62		3'785.63			9'200.00
Phase 3b	Detailprojekte mit Kostenvoranschlägen	25'300.00			10'628.05	4'261.46		10'410.50			25'300.00
Phase 4	Realisierung (Gemeindeanteil 33.3%)	48'595.14			20'413.89	8'185.22		19'996.03			48'595.14
				-	<b>34'906.68</b>	<b>13'996.30</b>	-	<b>34'192.16</b>	-	-	83'095.14

Modul 10	Chämmerlibachweg (Bauma)	CHF	85'466.16	Zell	Turbenthal	Wila	Wildberg	Bauma	Fischenthal	Wald	Total
			Einwohner					4'881			4'881
								100.0%			100.0%
Phase 3a	Bereinigung Konzepte und Kostenschätzung	8'900.00						8'900.00			8'900.00
Phase 3b	Detailprojekte mit Kostenvoranschlägen	25'700.00						25'700.00			25'700.00
Phase 4	Realisierung (Gemeindeanteil 33.3%)	50'866.16						50'866.16			50'866.16
				-	-	-	-	<b>85'466.16</b>	-	-	85'466.16

Modul 11	Verkehrs Erlebnisweg Bauma	CHF	63'946.27	Zell	Turbenthal	Wila	Wildberg	Bauma	Fischenthal	Wald	Total
			Einwohner					4'881			4'881
								100.0%			100.0%
Phase 3a	Bereinigung Konzepte und Kostenschätzung	9'400.00						9'400.00			9'400.00
Phase 3b	Detailprojekte mit Kostenvoranschlägen	17'250.00						17'250.00			17'250.00
Phase 4	Realisierung (Gemeindeanteil 33.3%)	37'296.27						37'296.27			37'296.27
				-	-	-	-	<b>63'946.27</b>	-	-	63'946.27

Modul 12	Natur und Genuss Weg Tösstal	CHF	66'626.26	Zell	Turbenthal	Wila	Wildberg	Bauma	Fiscenthal	Wald	Total
				Einwohner	6'430	4'983	1'998	1'009	4'881	2'501	10'200
				20.09%	15.6%	6.2%	3.2%	15.3%	7.8%	31.9%	100.0%
Phase 3a	Bereinigung Konzepte und Kostenschätzung	7'860.00		1'579.27	1'223.87	490.73	247.82	1'198.82	614.27	2'505.22	7'860.00
Phase 3b	Detailprojekte mit Kostenvoranschlägen	18'400.00		3'697.02	2'865.05	1'148.78	580.14	2'806.40	1'437.99	5'864.63	18'400.00
Phase 4	Realisierung (Gemeindeanteil 33.3%)	40'366.26		8'110.59	6'285.39	2'520.21	1'272.72	6'156.73	3'154.68	12'865.94	40'366.26
				<b>13'386.88</b>	<b>10'374.31</b>	<b>4'159.72</b>	<b>2'100.68</b>	<b>10'161.95</b>	<b>5'206.93</b>	<b>21'235.79</b>	66'626.26

Modul 13	Steg - Bachsiedi (Fiscenthal)	CHF	109'499.40	Zell	Turbenthal	Wila	Wildberg	Bauma	Fiscenthal	Wald	Total
				Einwohner							2'501
									100.0%		100.0%
Phase 3a	Bereinigung Konzepte und Kostenschätzung	13'400.00							13'400.00		13'400.00
Phase 3b	Detailprojekte mit Kostenvoranschlägen	35'900.00							35'900.00		35'900.00
Phase 4	Realisierung (Gemeindeanteil 33.3%)	60'199.40							60'199.40		60'199.40
				-	-	-	-	-	<b>109'499.40</b>	-	109'499.40

Modul 14	Brüggliweg (Wald)	CHF	57'533.00	Zell	Turbenthal	Wila	Wildberg	Bauma	Fiscenthal	Wald	Total
				Einwohner							
										100.0%	100.0%
Phase 3a	Bereinigung Konzepte und Kostenschätzung	7'300.00								7'300.00	7'300.00
Phase 3b	Detailprojekte mit Kostenvoranschlägen	17'000.00								17'000.00	17'000.00
Phase 4	Realisierung (Gemeindeanteil 33.3%)	33'233.00								33'233.00	33'233.00
				-	-	-	-	-	-	<b>57'533.00</b>	57'533.00

Modul 15	Plättliweg	CHF	119'232.64	Zell	Turbenthal	Wila	Wildberg	Bauma	Fiscenthal	Wald	Total
				Einwohner							
										100.0%	100.0%
Phase 3a	Bereinigung Konzepte und Kostenschätzung	13'600.00								13'600.00	13'600.00
Phase 3b	Detailprojekte mit Kostenvoranschlägen	36'200.00								36'200.00	36'200.00
Phase 4	Realisierung (Gemeindeanteil 33.3%)	69'432.64								69'432.64	69'432.64
				-	-	-	-	-	-	<b>119'232.64</b>	119'232.64

Modul 16	Baden und Genuss	CHF	84'573.95	Zell	Turbenthal	Wila	Wildberg	Bauma	Fiscenthal	Wald	Total
	Einwohner			6'430	4'983	1'998	1'009	4'881	2'501		21'802
				29.49%	22.9%	9.2%	4.6%	22.4%	11.5%		100.0%
Phase 3a	Bereinigung Konzepte und Kostenschätzung	5'900.00		1'740.07	1'348.49	540.69	273.05	1'320.88	676.81		5'900.00
Phase 3b	Detailprojekte mit Kostenvoranschlägen	18'180.00		5'361.77	4'155.17	1'666.07	841.37	4'070.11	2'085.50		18'180.00
Phase 4	Realisierung	60'493.95		17'841.30	13'826.32	5'543.85	2'799.67	13'543.30	6'939.52		60'493.95
				<b>24'943.15</b>	<b>19'329.97</b>	<b>7'750.61</b>	<b>3'914.10</b>	<b>18'934.29</b>	<b>9'701.84</b>		<b>84'573.95</b>

Modul 17	Dorfrundgang Bauma	CHF	24'890.50	Zell	Turbenthal	Wila	Wildberg	Bauma	Fiscenthal	Wald	Total
	Einwohner							4'881			4'881
								100.0%			100.0%
Phase 3a	Bereinigung Konzepte und Kostenschätzung	5'900.00						5'900.00			5'900.00
Phase 3b	Detailprojekte mit Kostenvoranschlägen	9'500.00						9'500.00			9'500.00
Phase 4	Realisierung (Gemeindeanteil 33.3%)	9'490.50						9'490.50			9'490.50
				-	-	-	-	<b>24'890.50</b>	-	-	<b>24'890.50</b>

Modul 18	Dorfrundgang Wila	CHF	31'051.00	Zell	Turbenthal	Wila	Wildberg	Bauma	Fiscenthal	Wald	Total
	Einwohner					1'998					1'998
						100.0%					100.0%
Phase 3a	Bereinigung Konzepte und Kostenschätzung	5'900.00				5'900.00					5'900.00
Phase 3b	Detailprojekte mit Kostenvoranschlägen	9'500.00				9'500.00					9'500.00
Phase 4	Realisierung (Gemeindeanteil 33.3%)	15'651.00				15'651.00					15'651.00
				-	-	<b>31'051.00</b>	-	-	-	-	<b>31'051.00</b>

		Zell	Turbenthal	Wila	Wildberg	Bauma	Fiscenthal	Wald	
	<b>1'760'986.58</b>	<b>347'188.11</b>	<b>537'815.40</b>	<b>144'962.64</b>	<b>44'208.38</b>	<b>332'484.64</b>	<b>155'456.19</b>	<b>324'626.72</b>	1'886'742.08
Einwohner	Einwohner	6'430	4'983	1'998	1'009	4'881	2'501	10'200	32'002
pro Einwohner		54.00	107.93	72.55	43.81	68.12	62.16	31.83	58.96

\*) Annahme:

Die Projektierungskosten werden vollumfänglich durch die Gemeinden übernommen.

Die Realisierung (Phase 4) werden 2/3 durch Dritte (Stadt Winterthur, Kanton, Landeslotterie, Stiftungen etc.) finanziert.

### **8.3 Kommunikationskonzept**



# Kommunikationskonzept



<b>0. MANAGEMENT SUMMARY</b>	<b>2</b>
<b>1. AUSGANGSLAGE / BRIEFING</b>	<b>4</b>
1.1 Einordnung	4
1.2 Kommunikationskonzept ErlebnisRaum Tösstal	4
1.3 Ansprechpartner	4
1.4 Termine	4
<b>2. SITUATIONSANALYSE</b>	<b>5</b>
2.1 Vision / Strategische Positionierung	5
2.2 Anspruchsgruppen / Marktsystem	5
2.3 Exkurs: Umweltfaktoren	6
2.4 SWOT-Analyse (Kommunikation)	6
<b>3. KOMMUNIKATIONSZIELE</b>	<b>8</b>
3.1 Kognitive Ziele (Wahrnehmung)	8
3.2 Affektive Ziele (Einstellung)	8
3.3 Aktivierende Ziele (Handlung)	8
<b>4. DIALOGGRUPPEN / ZIELGRUPPEN</b>	<b>9</b>
<b>5. BOTSCHAFTEN</b>	<b>10</b>
5.1 Kernbotschaften / Mission	10
5.2 Kommunikative Leitidee	10
5.3 Charta	10
<b>6. KOMMUNIKATIONSSTRATEGIE</b>	<b>11</b>
6.1 Strategie	11
6.2 Kommunikationsinstrumente	11
6.3 Kommunikationsmittel	12
6.4 Tonalität und Stil	12
<b>7. MASSNAHMEN / BUDGET</b>	<b>13</b>
7.1 Massnahmenübersicht	13
7.2 Massnahmenplan	13
7.3 Zeitplanung	21
7.4 Kostenschätzung	22
<b>8. KONTROLLE</b>	<b>23</b>
<b>9. ANHÄNGE</b>	<b>24</b>
9.1 Anhang 1: Trägerschaft IG Tössweg	24
9.2 Anhang 2: Einladung Informationsveranstaltung «Tössweg»	25

## 0. Management Summary

«Kommunikation ist der zielbasierte Prozess der geplanten, bewussten, effizienten, effektiven, adressatengerechten und transparenten Übertragung von Nachrichten zwischen einem Sender und einem oder mehreren Empfängern.»

Michael Hutzli

Die zeitnahe, transparente, umfassende und aktive Kommunikation zum *ErlebnisRaum Tösstal* orientiert sich ausdrücklich an den drei folgenden Elementen:

### Vision

Der *ErlebnisRaum Tösstal* stellt die Region, ihre einzigartige Natur, ihre bewegte Geschichte, Gegenwart und Zukunft ins Zentrum. Er stärkt die Identifikation und das Wir-Gefühl der Tösstaler Bevölkerung und bietet dem respektvollen Besucher eine Auszeit, weckt Neugier, vermittelt Wissen, schafft Erlebnisse und bleibende Erinnerungen.

### Leitsätze

- Wir fördern einen sanften Tourismus und richten uns auf respektvolle Besucherinnen und Besucher aus. Ziele sind die Förderung des Zusammengehörigkeitsgefühls im Tösstal und eine touristische Wertschöpfung in der Region.
- Wir setzen uns aus Überzeugung und mit umfassenden Massnahmen für einen nachhaltigen Umgang mit den natürlichen Ressourcen ein.
- Wir schützen Natur und Mensch vor unnötigen und übermässigen Immissionen (Lärm, Abfall, Verunreinigung). Wir stellen genügend sanitäre Anlagen zur Verfügung. Wir streben eine Anbindung an den öffentlichen Verkehr an, achten aber dennoch auf bereits vorhandene Parkierungsmöglichkeiten.
- Wir stellen eine umfassende und auf die gesellschaftlichen Bedürfnisse der Besucherinnen und Besucher resp. der Anwohnerinnen und Anwohner und aller weiteren Interessensgruppen abgestimmte Besucherführung sicher.
- Wir achten sowohl in der Projektierungs- als auch in der Umsetzungsphase und im Betrieb auf einen bewussten Umgang mit den finanziellen Ressourcen.
- Wir streben einen kontinuierlichen und aktiven Austausch mit allen Grund- und Landbesitzern, der Bevölkerung und allen weiteren Anspruchsgruppen an und beziehen sie mit ein. Wir sind offen für konstruktive Anregungen.
- Wir würdigen den ErlebnisRaum Tösstal als ein sanftes Tourismusprojekt mit Wachstumspotenzial, gezielte Standortförderung und überkommunal verbindendes Projekt aber prioritär als Lebensraum von Mensch und Tier.
- Wir haben einen hohen Anspruch an die Inszenierungen und Erlebnisse (=Module) und stellen die hohe Qualität mittels gezielter Unterhalts-Massnahmen sicher.

### Markenziele

- Vertrauen und Sicherheit
- Sympathie
- Information und Orientierung
- Zielgruppenkonformität
- Wiedererkennung
- Einzigartigkeit und Differenzierung

Die daraus abgeleitete **kommunikative Leitidee** macht die Positionierung spür- und erlebbar und schafft eine emotionale Bindung. Vorschläge:

- ErlebnisRaum Tösstal: Für eine respektvolle Auszeit
- ErlebnisRaum Tösstal: für verantwortungsvolle Naturerlebnisse
- ErlebnisRaum Tösstal: für eine gesunde Neugier

Der **Kommunikationsfokus** liegt in der aktuellen Projektphase (Kickoff / Finanzierung) vorwiegend auf den **Realisierungszielgruppen** (Projektmitarbeitende, politische Ebene (Verteter:innen der Gemeinden, ALN, AWEL), Wissensträger (Verbände, Kommissionen, Vereine)). Zusätzlich werden die medialen Zielgruppen (Print, Online, Radio, TV, vorwiegend regional) in sämtlichen Projektphasen bedient.

Die **Kommunikationsziele** sind in aktuellen Projektphase eher kognitiv (Aufmerksamkeit, Bekanntheit, Wissen) und affektiv (Akzeptanz, Sympathie, Glaubwürdigkeit) und dienen dem Abbau von Vorbehalten in allen Interessens- und Anspruchsgruppen. Gerade in der finanzierungskritischen Phase (Übergang Phase Kickoff zu Planung) kommt aber den aktivierenden Zielen /Teilnahme Informationsveranstaltung, Sicherstellung der Finanzierung, Word of Mouth) eine grosse Bedeutung zu.

Als **kommunikative Leitinstrumente** sind Öffentlichkeits- und Medienarbeit, Multimediakommunikation (Social Media, Website, Newsletter), Eventmarketing (im Sinne von Informations- und Mitwirkungsveranstaltungen) und persönliche Kommunikation definiert

Die **prioritär zu entwickelnden Massnahmen** umfassen:

- Entwicklung Markenkonzept und Logo
- Definition Vision und Leitsätze
- Informationsveranstaltung
- Medien- und Öffentlichkeitsarbeit
- Projekt-Website
- Newsletterkonzept
- Social-Media-Kanäle
- Informationsveranstaltung Öffentlichkeit

## 1. Ausgangslage / Briefing

### 1.1 Einordnung

Das Kommunikationskonzept stellt die integrierte Kommunikation in Bezug auf die Massnahmen, Formen, Instrumente, Mittel, Träger und Prozesse sicher. Dabei richtet sich die Kommunikation sowohl an die Projektmitarbeitenden (interne Zielgruppe) als auch an die externen Anspruchsgruppen (Stakeholder-Management) und die Bevölkerung.

Der Einsatz der Kommunikation zum Projekt *ErlebnisRaum Tösstal* erfolgt in jedem Fall geplant, bewusst, effizient, effektiv, adressatengerecht und transparent. Die Kommunikation verfolgt in erster Linie die Ziele der Bekanntmachung, Information, Motivation, Differenzierung, Aktivierung und Meinungsbildung (vgl. [Kommunikationsziele](#)). Dabei gilt es, die Grenzen der Kommunikation stets im Auge zu behalten: Budget, Ethik, Moral.

Die Kommunikation zum Projekt *ErlebnisRaum Tösstal* orientiert sich stark an den definierten Markenzielen (vgl. Markenkonzept) sowie an der [Vision](#), der [kommunikativen Leitidee](#) und den [Kernbotschaften](#).

### 1.2 Kommunikationskonzept ErlebnisRaum Tösstal

Das vorliegende Kommunikationskonzept ist auf die Projektphase ausgerichtet und fokussiert dabei mitunter auf die Informationsveranstaltung «Tössweg» vom 22. März 2022. Auch Massnahmen für die Umsetzungsphase resp. für den operativen Betrieb werden bereits berücksichtigt oder ausgebaut. Die anstehenden Entscheidungen und Grundsatzentscheide müssen aber für die Weiterentwicklung des Kommunikationskonzeptes berücksichtigt werden.

Gerade im Sinne der Transparenz und der Tatsache, dass wir die Bevölkerung genauso wie die weiteren Anspruchsgruppen von diesem Projekt überzeugen resp. in das Projekt involvieren möchten, ist eine umfassende und zielgruppengerechte Kommunikation erfolgskritisch. So bauen wir Widerstände proaktiv ab resp. verhindern deren Aufbau, wecken die Freude am Projekt und stellen so den Rückhalt in der Bevölkerung sicher.

Der Informationsveranstaltung mit der Teilnahme aller Interessens- und Anspruchsgruppen am 22. März 2022 resp. den daraus gewonnenen Feedbacks kommt dabei eine entscheidende Bedeutung zu. Das Echo aus diesem Anlass wird den Entscheid über die Weiterführung des Projektes massgebend beeinflussen.

### 1.3 Ansprechpartner

<b>Ebene</b>	<b>Ansprechpartner</b>
Projektleitung	Ueli Erb
Projektmitarbeitende	Daniel Gasser, Theodor Gujer, Christa Romer
Vertretung GR Wila	Simon Mösch
Erlebnisplan AG	Philipp Berweger
RZO	Mirjam Wüthrich / Nathalie Humm

### 1.4 Termine

<b>Datum</b>	<b>Task / Meilenstein</b>
14.01.2022	Kommunikationskonzept 1. Fassung z.Hd. Projektleitung Markenkonzept 1. Fassung z.Hd. Projektleitung
19.01.2022	Austausch Markenkonzept (Ueli Erb / Michael Hutzli / RZO)
21.01.2022	Workshop PL <i>ErlebnisRaum Tösstal</i> : Definition Leitsätze / Verifizierung Vision / Weiteres Vorgehen bzgl. Zeitplan, Finanzierung, Projektleitung und Kommunikation. 1. Lesung Kommunikationskonzept 1. Lesung Markenkonzept Präsentation Logo-Vorschläge
22.03.2022	Informationsveranstaltung «Tössweg»

## 2. Situationsanalyse

### 2.1 Vision / Strategische Positionierung

#### Variante 1: IG Tössweg

Das Tösstal hat den beliebtesten Themenweg des Kantons Zürich, wo Erlebnisse und Geschichte aus Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft geboten werden.

#### Variante 2: Erlebnisplan AG

Das Tösstal ist der vielfältigste Erlebnisraum des Kantons Zürich, wo die abwechslungsreiche Geschichte, eine traumhafte Natur und der wunderbare Genuss des Wassers erlebt werden können.

#### Variante 3 (definitiv): gem. Arbeitssitzung vom 21.01.2022

Der ErlebnisRaum Tösstal stellt die Region, ihre einzigartige Natur, ihre bewegte Geschichte, Gegenwart und Zukunft ins Zentrum. Er stärkt die Identifikation und das Wir-Gefühl der Tösstaler Bevölkerung und bietet dem respektvollen Besucher eine Auszeit, weckt Neugier, vermittelt Wissen, schafft Erlebnisse und bleibende Erinnerungen.

### 2.2 Anspruchsgruppen / Marktsystem

Das Projekt *ErlebnisRaum Tösstal* wird geprägt von verschiedensten und heterogenen Anspruchsgruppen und einem komplexen Marktsystem. In der nachfolgenden Aufstellung werden die Anspruchsgruppen nach Bereich (Politische Ebene, Projektebene, Verbände / Kommissionen o.ä., Medien, Wissensträger, Öffentlichkeit) identifiziert:

Ebene	Funktion	Anspruchsgruppen
Politische Ebene	Multiplikatoren Empfänger	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Politische Gemeinde Bauma</li> <li>▪ Politische Gemeinde Fischenthal</li> <li>▪ Politische Gemeinde Turbenthal</li> <li>▪ Politische Gemeinde Wald</li> <li>▪ Politische Gemeinde Wila</li> <li>▪ Politische Gemeinde Wildberg</li> <li>▪ Politische Gemeinde Zell</li> <li>▪ Stadt Winterthur (Aussenquartier Sennhof)</li> <li>▪ Amt für Landschaft und Natur des Kantons Zürich, Neue Regionalpolitik NRP</li> <li>▪ Amt für Landschaft und Natur des Kantons Zürich, Abteilung Wald</li> <li>▪ Amt für Landschaft und Natur des Kantons Zürich, Fachstelle Naturschutz</li> <li>▪ Amt für Abfall, Wasser, Energie und Luft AWEL</li> </ul>
Projektebene	Intern	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Trägerschaft IG Tössweg (vgl. <a href="#">Anhang 1</a>)</li> <li>▪ Kerngruppe / Projektleitung (vgl. <a href="#">Anhang 1</a>)</li> <li>▪ Kreative Projektbegleitung: <a href="#">Erlebnisplan AG</a></li> <li>▪ Technische Projektleitung: in Evaluation</li> </ul>
Verbände Kommissionen	Ext. Beeinflusser Multiplikatoren	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gesellschaftskommission Wila</li> <li>▪ Gesellschaftskommission Turbenthal</li> <li>▪ House of Winterthur</li> <li>▪ Pro Zürcher Berggebiet (PZB)</li> <li>▪ Standortförderung Zürioberland</li> <li>▪ Lions Club</li> <li>▪ Region Zürcher Oberland (RZO)</li> <li>▪ Rotary Club</li> <li>▪ Zürcher Wanderwege</li> </ul>
Medien	Umweltfaktor Ext. Beeinflusser	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Der Tössthaler</li> <li>▪ Landbote</li> <li>▪ Regio.ch</li> <li>▪ Radio Zürisee</li> <li>▪ Radio Top</li> <li>▪ Tele Top</li> <li>▪ Zürcher Oberland Medien</li> </ul>

Wissensträger (nicht abschlies- send)	Multiplikatoren	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ DVZO Bauma</li> <li>▪ Gewerbeverein Bauma</li> <li>▪ Gewerbeverein Turbenthal und Umgebung</li> <li>▪ Gewerbeverein Zell</li> <li>▪ Historiker / Chronisten der betroffenen Gemeinden</li> <li>▪ Ortsmuseum Wila</li> <li>▪ Ortsmuseum Turbenthal</li> <li>▪ PL Industriepfad Bauma</li> <li>▪ PL Töss 91</li> <li>▪ Verkehrsverein Bauma</li> <li>▪ Verkehrsverein Wila</li> <li>▪ Verkehrsverein Zell</li> </ul>
Öffentlichkeit Gesellschaft	Empfänger	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bevölkerung der betroffenen Gemeinden</li> </ul>
Marktbegleiter	Mitbewerber	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Freddy Fratzel Weg</li> </ul>

☞ Kommunikationscharakteristik, Priorisierung und Grobziele für die einzelnen Dialoggruppen werden unter dem Punkt [Dialoggruppen / Zielgruppen](#) definiert.

### **2.3 Exkurs: Umweltfaktoren**

<b>Ebene</b>	<b>Herausforderung</b>
Medial	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mediale Berichterstattung nur teilweise beeinfluss- resp. mitgestaltbar (journalistische Unabhängigkeit)</li> <li>▪ Unterschiedliche Medien und Ansprüche (Print, Online, Radio, TV)</li> <li>▪ Social Media ist nicht kontrollierbar → Gefährliche Eigendynamik / Community-Management</li> </ul>
Gesellschaftlich	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ansprache unterschiedlichster Gesellschaftsschichten mit einem Konzept (Stichwort: Familie vs. Senioren)</li> <li>▪ Sinnfrage</li> <li>▪ Zunahme Tourismus</li> <li>▪ Exorbitante Kosten, getragen vom Steuerzahler resp. der Steuerzahlerin</li> </ul>
Politisch	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Verbindung zum Thema Verkehrsplan Wila</li> <li>▪ Verbindung zum Thema Tössrevitalisierung</li> <li>▪ Unterschiedliche Gemeindeordnungen / Kompetenzen</li> <li>▪ Neue Legislatur 2022 - 2025</li> </ul>
Ökologisch	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Zunehmende Bedeutung des Themas Nachhaltigkeit: Littering, Besucherführung, Parkierung (Zunahme Verkehr), WC...</li> </ul>
Rechtlich	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Grund- / Landbesitzer</li> </ul>
Ökonomisch	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nachhaltige Sicherstellung der Instandhaltung (auch Finanzierung)</li> </ul>
Finanziell	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Viele potenzielle Geldgeber (u.a. auch Gemeinden, Sponsoren) und entsprechend auch viele Bedürfnisse</li> </ul>

### **2.4 SWOT-Analyse (Kommunikation)**

<b>SWOT</b>	<b>Beschreibung</b>
Stärken der Kommunikation	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Proaktive, transparente, geplante Kommunikation (aktive Vorbeugung von Widerständen)</li> <li>▪ Adressatengerechte Einbindung aller Interessens- und Anspruchsgruppen in die Kommunikation (inkl. Bevölkerung)</li> <li>▪ Touristische Aufwertung des Tösstals und der betroffenen Gemeinden, betreiben von Standortförderung</li> <li>▪ Umfassendes Konzept, starke Marke und starke Identifikationsfigur</li> <li>▪ Stärkung der Identifikation der einheimischen Bevölkerung mit Natur, Landschaft und Kultur des Tösstals</li> <li>▪ Klar definierte Leitsätze und Versprechen mit Fokus auf Wissensvermittlung, Unterhaltung und Nachhaltigkeit (Sinnfrage)</li> <li>▪ Breit abgestütztes Projekt mit Onboarding wesentlicher Anspruchs- und Dialoggruppen</li> </ul>
Schwächen der Kommunikation	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sehr viele Gespräche auf persönlicher Ebene, gleicher Informations- und Wissensstand muss gewährleistet sein</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Hohe Kosten, im aktuellen Planungsstand erst abschätzbar</li> <li>▪ Bindung grösserer finanzieller und personeller Ressourcen für den Betrieb und die Instandhaltung</li> <li>▪ Zunehmende Lärmimmissionen resp. erhöhte Verschmutzung durch Ausbau des Tourismus (Stichwort: Littering, WC, Besucherführung...)</li> </ul>
Chancen der Kommunikation	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Wahrnehmung des Projektes durch meinungsbildende Stellen als überkommunal und verbindend sowie als Mehrwert für die Bevölkerung</li> <li>▪ Förderung der touristischen Wertschöpfung in der Region (Museen, Gastronomie und Hotellerie)</li> <li>▪ Das veränderte Reise- resp. Freizeitverhalten durch die Pandemie führt zu einem Anstieg der inländischen und regionalen Nachfrage und einem zunehmenden Interesse an abgelegenen Destinationen und Naturerlebnissen.</li> </ul>
Gefahren der Kommunikation	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Vorbehalte seitens (meinungsbildender) Bevölkerung: hohe (unnötige) Kosten, zunehmender Tourismus, Verlust der Tösstaler Identität</li> <li>▪ Vorbehalte seitens Standortförderung Zürioberland: faktischer Alleingang seitens Tösstaler Gemeinden</li> <li>▪ Vorbehalte seitens Naturschutz: Bauliche Massnahmen, Littering, Parkierung...</li> <li>▪ Kein Konsens zwischen politischen Vertreter:innen der einzelnen Gemeinden resp. mit den Verbänden und Kommissionen (Partikularinteressen)</li> <li>▪ Neue Legislatur ab 2022</li> <li>▪ Inhaltliche Nähe zu «heiss» diskutierten Themen wie bspw. Tössrevitalisierung oder Verkehrsplan Wila.</li> </ul>

### Fazit

Das Projekt *ErlebnisRaum Tösstal* hat ausserordentlich viele Stärken und Chancen, die Gefahren und Schwächen sind aber nicht ausser Acht zu lassen. Vor allem die Vorbehalte der Tösstaler Bevölkerung und der weiteren relevanten Anspruchsgruppen sind erfolgskritisch. Zentral ist eine zeitnahe, transparente, umfassende und aktive Kommunikation. Dabei gilt es, die Stärken und Chancen dieses Projektes zu unterstreichen und die Vorbehalte abzubauen.

### 3. Kommunikationsziele

Im Projekt *ErlebnisRaum Tösstal* stehen vor allem kognitive resp. Wahrnehmungsziele und affektive resp. Einstellungsziele im Fokus. Gerade aber in den finanzierungskritischen Phasen kommt den aktivierenden Zielen (also dem Auslösen einer konkreten Handlung) eine grosse Bedeutung zu.

3.1 Kognitive Ziele (Wahrnehmung)		
Ziel	Formulierung	KPI
Aufmerksamkeit (Z1)	Das Projekt <i>ErlebnisRaum Tösstal</i> (ERT) erhält eine umfassende mediale Aufmerksamkeit.	Reichweite Presse-Clipping
Bekanntheit (Z2)	Kontinuierlicher Aufbau der Projekt- und Markenbekanntheit innerhalb der prioritären Zielgruppen	Interaktionen Reichweite Newsletter-Anmeldungen Visitors
Wissen (Z3)	Wissenstransfer bezgl. der unter <a href="#">Vision / Strategische Positionierung</a> resp. <a href="#">Botschaften / Leitsätze</a> definierten Informationen unter Ermittlung der kritischen Erfolgsfaktoren zum Abbau von Ängsten.	Befragungen

3.2 Affektive Ziele (Einstellung)		
Ziel	Formulierung	KPI
Akzeptanz (Z4)	Das Projekt ERT hat bei allen Anspruchsgruppen, insbesondere aber auf der politischen Ebene und bei der Bevölkerung eine hohe Akzeptanz.	Befragungen
Sympathie (Z5)	Das Projekt ERT wird sympathisch präsentiert und kommuniziert. Es hebt sich von anderen ähnlich gelagerten Projekten ab, indem es einen klaren Mehrwert und klare Leitsätze definiert.	Befragungen
Glaubwürdigkeit (Z6)	Die definierten Leitsätze und die Vision sind glaubwürdig, realistisch und mit den Einstellungen / Haltungen der Projektinitianten vereinbar (auch politisch).	Befragungen

3.3 Aktivierende Ziele (Handlung)		
Ziel	Formulierung	KPI
Teilnahme 22.3.2021 (Z7)	Alle relevanten Anspruchsgruppen (vgl. <a href="#">Anspruchsgruppen / Marktsystem</a> ) sind an der Informationsveranstaltung vom 22. März 2022 vertreten.	Teilnehmerlisten
Sicherstellung der Finanzierung (Z8)	Die Finanzierung muss durch die involvierten Gemeinden sowie durch weitere Sponsoren getragen werden.	
Word of Mouth (Z9)	Das Projekt lebt vom Rückhalt in der Bevölkerung. Entsprechend erfolgskritisch ist deshalb, dass die Bevölkerung das Projekt nicht nur gemäss den kognitiven und affektiven Zielen beurteilt, sondern auch aktiv darüber spricht.	



#### 4. Dialoggruppen / Zielgruppen

Unterteilung der Dialoggruppen nach **Kommunikationscharakteristik**.

Zielgruppe	Deklaration
Empfängerzielgruppe	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bevölkerung</li> <li>▪ Politische Ebene</li> </ul>
Mittlerzielgruppen	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Medien</li> <li>▪ Wissensträger (als Meinungsbildner)</li> <li>▪ Verbände / Kommissionen / Vereine (als Geschäftspartner)</li> <li>▪ Politische Ebene (als Geschäftspartner)</li> </ul>
Absenderzielgruppen	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Projektebene</li> </ul>

**Priorisierung und Definition der Grobziele** pro Dialoggruppe (Referenz: [Anspruchsgruppen](#)):

Zielgruppe (Realisierungszielgruppen)		Grobziel(e)
ZG1	Politische Ebene	<p>Gemeindepräsident:innen und Gemeinderät:innen der politischen Gemeinden Bauma, Fischenthal, Turbenthal, Wald, Wila, Wildberg, Zell, Stadt Winterthur, ALN (NRP, Wald, Naturschutz), AWEL</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Onboarding</li> <li>• Positive Einstellung zum Projekt</li> <li>• Wissen, wo die Stolperfallen sind</li> <li>• Besuch Informationsveranstaltung</li> </ul>
ZG2	Projektebene	<p>Trägerschaft IG Tössweg, Projektleitung, Projektsteuerung, technische und kreative Projektbegleitung</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sicherstellung einheitlicher Wissensstand</li> </ul>
ZG3	Verbände Kommissionen Vereine	<p>Gesellschaftskommission Wila, Gesellschaftskommission Turbenthal, House of Winterthur, PZB, Standortförderung Zürioberland, Lions Club, RZO, Rotary Club, Zürcher Wanderwege</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Miteinbezug</li> <li>• Bezug von Ressourcen (Knowhow, Finanziell, Manpower, Marketing &amp; Media)</li> <li>• Besuch Informationsveranstaltung</li> </ul>
ZG4	Medien	<p>Regional: Tössthaler, Landbote, Regio.ch, Radio Züri-see, Radio Top, Tele Top, Zürcher Oberland Medien</p> <p>National: TagesAnzeiger, NZZ, Blick</p> <p>Online-Medien mit Fokus Freizeit: Myswitzerland.com, Freizeit.ch, Ausflugsziele.ch, Coop Hello Family, Famigros, Sbb.ch, ZVV.ch, Familienausflug.info, Wir Eltern, Familienleben...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vorwiegend Bekanntheits- und Wissens- und Imageziele</li> <li>• Primeur-Themen an den Tössthaler</li> <li>• Besuch Informationsveranstaltung</li> </ul>
ZG5	Wissensträger	<p>DVZO Bauma, Gewerbeverein Bauma, Gewerbeverein Turbenthal und Umgebung, Gewerbeverein Zell, Historiker / Chronisten aus den Gemeinden, Ortsmuseum Wila, Ortsmuseum Turbenthal, PL Industriepfad Bauma, PL Töss91, Verkehrsverein Bauma, Verkehrsverein Wila, Verkehrsverein Zell</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Miteinbezug</li> <li>• Kommunikation v.a. über Einzelgespräche oder aber grössere Informationsveranstaltungen</li> <li>• Besuch Informationsveranstaltung</li> </ul>
ZG6	Öffentlichkeit Gesellschaft	<p>Bevölkerung der betroffenen Gemeinden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Miteinbezug, Wissen, Image</li> <li>• Kommunikation v.a. über grössere Informationsveranstaltungen oder über die Medien</li> </ul>

## **5. Botschaften**

### **5.1 Kernbotschaften / Mission**

Die Kernbotschaften entsprechen der eigentlichen Mission einer Marke resp. einer Unternehmung. Sie beeinflussen und steuern alle strategischen und operativen Entscheide. Die Kernbotschaften sind in diesem Fall von Anregungen und Befürchtungen inspiriert (vgl. Spalte «Angst, Anregung, Befürchtung»).

<b>Angst, Anregung, Befürchtung*</b>	<b>Kernbotschaft / abgeleitete Mission</b>
Zunahme Tourismus/ Zielgruppe	Wir fördern einen sanften Tourismus und richten uns auf respektvolle Besucherinnen und Besucher aus. Ziele sind die Förderung des Zusammengehörigkeitsgefühls im Tösstal und eine touristische Wertschöpfung in der Region.
Nachhaltigkeit / Naturschutz	Wir setzen uns aus Überzeugung und mit umfassenden Massnahmen für einen nachhaltigen Umgang mit den natürlichen Ressourcen ein.
Abfall, Littering, Infrastruktur	Wir schützen Natur und Mensch vor unnötigen und übermässigen Immissionen (Lärm, Abfall, Verunreinigung). Wir stellen genügend sanitäre Anlagen zur Verfügung. Wir streben eine Anbindung an den öffentlichen Verkehr an, achten aber dennoch auf bereits vorhandene Parkierungsmöglichkeiten.
Besucherführung	Wir stellen eine umfassende und auf die gesellschaftlichen Bedürfnisse der Besucherinnen und Besucher resp. der Anwohnerinnen und Anwohner und aller weiteren Interessensgruppen abgestimmte Besucherführung sicher.
Kosten	Wir achten sowohl in der Projektierungs- als auch in der Umsetzungsphase und im Betrieb auf einen bewussten Umgang mit den finanziellen Ressourcen.
Grund- / Landbesitzer, Bevölkerung	Wir streben einen kontinuierlichen und aktiven Austausch mit allen Grund- und Landbesitzern, der Bevölkerung und allen weiteren Anspruchsgruppen an und beziehen sie mit ein. Wir sind offen für konstruktive Anregungen.
Wahrnehmung / Sinnfrage	Wir würdigen den ErlebnisRaum Tösstal als ein sanftes Tourismusprojekt mit Wachstumspotenzial, gezielte Standortförderung und überkommunal verbindendes Projekt aber prioritär als Lebensraum von Mensch und Tier.
Unterhalt / Pflege	Wir haben einen hohen Anspruch an die Inszenierungen und Erlebnisse (=Module) und stellen die hohe Qualität mittels gezielter Unterhalts-Massnahmen sicher.

\*intern

### **5.2 Kommunikative Leitidee**

Die kommunikative Leitidee wird abgeleitet aus Vision und Mission. Sie macht die wesentlichen Merkmale der Positionierung spür- und erlebbar und schafft eine emotionale Bindung (Beispiele: Coop – für mich und dich, Wir machen den Weg frei – Raiffeisen). Die kommunikative Leitidee wird nicht beeinflusst von der Zielgruppe, wird aber der jeweiligen Projektphase angepasst.

Vorschläge:

- ErlebnisRaum Tösstal: Für eine Auszeit mit Respekt
- ErlebnisRaum Tösstal: Für verantwortungsvolle Naturerlebnisse
- ErlebnisRaum Tösstal: Für eine gesunde Neugier

### **5.3 Charta**

Aus der Vision, den Kernbotschaften und der kommunikativen Leitidee lässt sich eine Charta im Sinne eines Leitbildes erarbeiten.

## 6. Kommunikationsstrategie

### 6.1 Strategie

Die Kommunikation zum Projekt <i>ErlebnisRaum Tösstal</i> erfolgt:	
geplant	Sie richtet sich nach einem definierten Massnahmenplan
bewusst	Sie ist auf die Kommunikationsziele abgestimmt
effizient	Sie ist kostenbewusst, reichweitenstark und messbar
effektiv	Sie ist wirksam und nachhaltig
zielgruppenkonform	Sie ist auf den Informations- & Wissensbedarf der Zielgruppe ausgerichtet
transparent	Sie umfasst alle relevanten Informationen, damit die Anspruchsgruppen auf dem gleichen Wissensstand sind. Dazu gehört auch, dass wir gezielt auf die Ängste und Bedenken eingehen.

Dabei verfolgen wir die folgenden Ansätze:	
Kooperation	Wir kommunizieren aktiv mit allen Partnern und Anspruchsgruppen
Top down	Wir informieren die Schlüsselpersonen zuerst und holen sie ins Boot
Multiplikatoren	Wir lassen Dritte für uns sprechen (Word of Mouth)

### 6.2 Kommunikationsinstrumente

Die Kommunikation im Zusammenhang mit dem Projekt *ErlebnisRaum Tösstal* erfolgt über unterschiedliche Instrumente resp. Kommunikationskanäle. Die untenstehende Cross-Impact-Analyse ordnet die Instrumente nach den folgenden Faktoren ein:

- **Beeinflussbarkeit:** In welchem Grad lässt sich das Instrument durch andere beeinflussen?
  - schwach / mittel / stark
- **Einflussnahme:** Wie stark wird die Zielgruppe durch das Instrument beeinflusst?
  - stark / mittel / schwach
- **Zielgruppe:** Welche unserer Dialoggruppen lässt sich durch das Instrument erreichen?
  - ZG1: Politische Ebene
  - ZG2: Projektebene
  - ZG3: Verbände und Kommissionen
  - ZG4: Medien
  - ZG5: Wissensträger
  - ZG6: Öffentlichkeit / Gesellschaft
- **Wirkung:** Wie gross ist der Einfluss des Instruments auf unsere Positionierung resp. die Erreichung der Kommunikationsziele?
  - gross / mittel / gering

Kommunikationsinstrument	Beeinflussbarkeit	Einflussnahme	Zielgruppe	Wirkung
Public Relations	schwach	stark	ZG 1 – ZG 6	gross
Mediawerbung	schwach	stark	ZG 1 – ZG 6	gering
Eventmarketing	mittel	stark	ZG 1 – ZG 5 ZG 6 teilweise	gross
Messen / Ausstellungen	mittel	stark	ZG 6	mittel
Multimedia- Kommunikation	schwach	stark	ZG 1 – ZG 6	gross
Direktkommunikation	schwach	stark	ZG 1 – ZG 3 ZG 5 – ZG 6	eher gering
Persönliche Kommunikation	schwach	stark	ZG 1 – ZG 3 ZG 5	gross

#### Leitinstrumente:

☞ Public Relations / Multimediakommunikation / persönliche Kommunikation / Eventmarketing

#### Kristallisationsinstrumente:

☞ Messen & Ausstellungen

### 6.3 Kommunikationsmittel

Instrument	Kommunikationsmittel	Wirkung	Aufwand	Kosten
Public Relations	Medieninformationen / Interviews	Gross	Gross	Gering
Mediawerbung	Anzeigen in Printprodukten (Tössthaler, Landbote, Zürcher Oberländer)	Gering	Mittel	Hoch
Mediawerbung	Onlinewerbung (Zueriost.ch)	Mittel	Mittel	Mittel
Eventmarketing	Informationsveranstaltungen	Gross	Gross	Gering
Eventmarketing	Mitwirkungsveranstaltungen	Gross	Gross	Gering
Messen o.ä.	Informationsstände an Dorffesten und Gewerbeausstellungen.	Mittel	Gross	Mittel
Multimedia	Social-Media-Kanäle (FB / Insta)	Gross	Gross	Gering
Multimedia	Website	Gross	Mittel	Mittel
Direkt	Direktmarketing (bspw. Flyer in alle HH)	Gering	Mittel	Gering
Multimedia	Newsletter	Gross	Gross	Gering
Persönlich	Gespräche mit Entscheidungsträger*innen	Gross	Gross	Gering
Ab Phase 2 weiterverfolgen				
Ab Phase 3 weiterverfolgen				

### 6.4 Tonalität und Stil

<b>Zielgruppe</b>	<b>ZG1: politische Ebene</b> <b>ZG3 Verbände / Kommissionen</b> <b>ZG4: Medien</b> <b>ZG5: Wissensträger</b>	<b>ZG6: Öffentlichkeit / Gesellschaft</b>
<b>Sprache</b>	Deutsch, wenig Anglizismen	Deutsch, keine Anglizismen
<b>Art der Sprache</b>	Offensiv / differenziert	Offensiv / differenziert
<b>Psychologie</b>	Rational	Emotional / rational
<b>Besonderes</b>	Leaderfiguren / Markenbotschafter	Testimonials

## 7. Massnahmen / Budget

### 7.1 Massnahmenübersicht

- [M1: Entwicklung Markenkonzept und Logo ErlebnisRaum Tösstal](#)
- [M2: Definition Vision und Leitsätze](#) ✓
- [M3: Informationsveranstaltung](#)
- [M4: Medien- und Öffentlichkeitsarbeit](#)
- [M5: Projekt-Website](#)
- [M6: Newsletterkonzept](#)
- [M7: Social-Media-Kanäle](#)
- [M8: Informationsveranstaltung Öffentlichkeit](#)

### 7.2 Massnahmenplan

<b>Massnahmenpaket 1 (M1): Entwicklung Markenkonzept und Logo ErlebnisRaum Tösstal</b>		
Das Markenkonzept entspricht einem übergeordneten Marken-Leitbild und stellt sicher, dass Werte, Vision, Strategie und Positionierung der Marke mittels Gestaltungs- resp. Designelementen (Farbe, Typografie, Tonalität, Logo) erlebbar gemacht wird. Die Visualisierung sowie der Claim ermöglichen, dass die Marke nach innen und nach aussen getragen werden kann, dient der Einprägung in den Köpfen der Zielgruppe und vermittelt einen konkreten Nutzen resp. definiert, was der «Kunde» von der Marke erwarten darf und soll.		
<b>M1.1</b> Entwicklung Markenkonzept	Konzept	Must-have
<b>Zielbezug:</b> Z2 / Z4 / Z5 / Z8 / Z9	<b>Zielgruppen:</b> ZG2	
<b>Kosten (initial):</b> CHF 2'040 exkl. MwSt.	<b>Intern / extern:</b> Intern	
<b>Termin:</b> 1. Lesung am 25.02.2022	<b>Verantwortung:</b> comm.care gmbh	
<b>M1.2</b> Entwicklung Logo	Design	Must-have
<b>Zielbezug:</b> Z2 / Z4 / Z5 / Z8 / Z9	<b>Zielgruppen:</b> ZG1 – ZG 6	
<b>Kosten (initial):</b> CHF 743.75	<b>Intern / extern:</b> Intern / extern	
<b>Termin:</b> 1. Lesung am 25.02.2022	<b>Verantwortung:</b> 3null Grafik + Kommunikation	

<b>Massnahmenpaket 2 (M2): Definition Vision und Leitsätze</b>		
Die Vision seitens Erlebnisplan AG wird verifiziert und die grundlegenden Leitsätze (kritische Erfolgsfaktoren) werden erarbeitet resp. definiert. Sie sind die Grundlagen der Kommunikationsstrategie und des Markenkonzeptes.		
<b>M2.1</b>	Konzept	Must-have
<b>Verifizierung Vision</b>		
<u>Zielbezug:</u> Z3 / Z8	<u>Zielgruppen:</u> ZG2	
<b>Kostenschätzung (initial):</b> Interne Kosten (Arbeitsstunden)	<b>Intern / extern:</b> Intern	
<b>Termin:</b> Arbeitssitzung am 21.01.2022	<b>Verantwortung:</b> Teilnehmende Arbeitssitzung	
<b>M2.2</b>	Konzept	Must-have
<b>Erarbeitung / Definition Leitsätze (kritische Erfolgsfaktoren)</b>		
<u>Zielbezug:</u> Z3 / Z8	<u>Zielgruppen:</u> ZG2	
<b>Kostenschätzung (initial):</b> Interne Kosten (Arbeitsstunden)	<b>Intern / extern:</b> Intern	
<b>Termin:</b> Arbeitssitzung am 21.01.2022	<b>Verantwortung:</b> Teilnehmende Arbeitssitzung	
<b>M2.3</b>	Konzept	Must-have
<b>Übertragung Vision und Leitsätze in Kommunikations- und Markenkonzept</b>		
<u>Zielbezug:</u> Z3 / Z4 / Z6 / Z8	<u>Zielgruppen:</u> ZG2	
<b>Kostenschätzung (initial):</b> In Erstellung Kommunikations- und Markenkonzept inkludiert	<b>Intern / extern:</b> Intern	
<b>Termin:</b> 31.01.2022	<b>Verantwortung:</b> comm.care gmbh	

<b>Massnahmenpaket 3 (M3): Informationsveranstaltung</b>		
Im Rahmen der Informationsveranstaltung vom 22. März 2022 wird das Entwicklungskonzept zum Projekt Tössweg (resp. <i>ErlebnisRaum Tössstal</i> ) den Involvierten des Projektes präsentiert.		
<b>M3.1</b> <b>Save-the-Date an alle Involvierten</b>	E-Mail	Must-have
<b>Zielbezug:</b> Z7 / Z8	<b>Zielgruppen:</b> ZG1 – ZG5	
<b>Kosten (initial):</b> Interne Kosten (Arbeitsstunden)	<b>Intern / extern:</b> Extern	
<b>Termin:</b> 16.12.2021	<b>Verantwortung:</b> Christa Romer	
<b>M3.2</b> <b>Definition Art und Gestaltung der Veranstaltung</b>	Konzept	Must-have
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Grundsatzentscheid: Virtuelle Veranstaltung</li> <li>▪ Voranzeigen und Einladungen</li> <li>▪ Kommunikationsbedarf</li> <li>▪ Rollendefinition</li> <li>▪ Detailplanung</li> </ul>		
<b>Zielbezug:</b> Z3 / Z4 / Z7 / Z8	<b>Zielgruppen:</b> ZG2	
<b>Kostenschätzung (initial):</b> Interne Kosten (Arbeitsstunden) Saalmiete / Apéro: CHF 500	<b>Intern / extern:</b> Intern	
<b>Termin:</b> Arbeitssitzung am 21.01.2022	<b>Verantwortung:</b> Ueli Erb	
<b>M3.3</b> <b>Definitive Einladung an die Involvierten</b>	E-Mail	Must-have
<b>Zielbezug:</b> Z7 / Z8	<b>Zielgruppen:</b> ZG1 – ZG 5	
<b>Kostenschätzung (initial):</b> Interne Kosten (Arbeitsstunden)	<b>Intern / extern:</b> Extern	
<b>Termin:</b> 04.03.2022	<b>Verantwortung:</b> Christa Romer	
<b>M3.4</b> <b>Erstellung Präsentationsinhalt und Absprache mit Erlebnisplan AG betreffend Rollenverständnis</b>	Präsentation	Must-have
<b>Zielbezug:</b> Z5 / Z6 / Z8	<b>Zielgruppen:</b> ZG2	
<b>Kostenschätzung (initial):</b> Interne Kosten (Arbeitsstunden)	<b>Intern / extern:</b> Intern	
<b>Termin:</b> 15.03.2021	<b>Verantwortung:</b> Tbd (tendenziell PL oder Komm)	
<b>M3.5</b> <b>Erstellen Feedback-Formular (digital)</b>	Digital	Must-have
<b>Zielbezug:</b> Z3 / Z6 / Z8 / Z9	<b>Zielgruppen:</b> ZG 1 / ZG 3 / ZG 5 / ZG 6	
<b>Kostenschätzung (initial):</b> Interne Kosten (Arbeitsstunden)	<b>Intern / extern:</b> Intern	
<b>Termin:</b> 15.03.2021	<b>Verantwortung:</b> Comm.care	

<b>Massnahmenpaket 4 (M4): Medien- und Öffentlichkeitsarbeit</b>			
Im Rahmen der transparenten und abwechslungsreichen Medien- und Öffentlichkeitsarbeit informieren wir die relevanten Medien über die Entwicklungsschritte im Projekt <i>ErlebnisRaum Tösstal</i> .			
<b>M4.1</b> <b>Medienmitteilung nach Informationsveranstaltung am 22. März 2021</b>		Medienmitteilung Interview	Must-have
<u>Zielbezug:</u> Z1 / Z3 / Z5 / Z6 / Z8	<u>Zielgruppen:</u> Haupt: ZG4 Neben: ZG6		
<b>Kostenschätzung (initial):</b> Ca. 4h = CHF 500	<b>Intern / extern:</b> Extern		
<b>Termin:</b> 22.03.2022	<b>Verantwortung:</b> Kommunikation (evtl. comm.care gmbh)		
<b>M4.2</b> <b>Erstellung Media-Kit (Basisinformationen zum Projekt)</b>		Medienmitteilung Präsentation Bilder Interviews Statements	Must-have
<u>Zielbezug:</u> Z3 / Z4 / Z5 / Z6	<u>Zielgruppen:</u> Haupt: ZG4 Neben: ZG6		
<b>Kostenschätzung (initial):</b> Ca. 10h = CHF 1'250	<b>Intern / extern:</b> Extern		
<b>Termin:</b> 22.03.2022	<b>Verantwortung:</b> Kommunikation (evtl. comm.care gmbh)		
<b>M4.3</b> <b>Update Media-Kit (vgl. M4.2)</b>		Analog M4.2	Must-have
<u>Zielbezug:</u> Z3 / Z4 / Z5 / Z6	<u>Zielgruppen:</u> Haupt: ZG4 Neben: ZG6		
<b>Kostenschätzung (wiederkehrend):</b> Pro Update: ca. 4h = CHF 500	<b>Intern / extern:</b> Extern		
<b>Termin:</b> 30.06.2022 30.09.2022 30.12.2022	<b>Verantwortung:</b> Kommunikation (evtl. comm.care gmbh)		
<b>M4.4</b> <b>Begleitreportage Umsetzungsphase (bspw. mit Tele Top oder auch als Serie mit dem Tössthaler denkbar)</b>		Dokumentation	Nice-to-have
<u>Zielbezug:</u> Z5 / Z6 / Z9	<u>Zielgruppen:</u> Haupt: ZG6 Neben: ZG1 – ZG5		
<b>Kosten:</b> To be defined	<b>Intern / extern:</b> Extern		
<b>Termin:</b> To be defined	<b>Verantwortung:</b> Kommunikation (evtl. comm.care gmbh)		



<b>Massnahmenpaket 5 (M5): Projekt-Webseite</b>		
Die Projekt-Webseite ist der zentrale Content-Hub für die laufende Information an alle internen und externen Anspruchsgruppen (inkl. Bevölkerung). Im Weiteren dient die Projekt-Webseite als Basis für den späteren Online-Auftritt nach der Umsetzung resp. im operativen Betrieb.		
<b>M5.1</b> <b>Registration Domain</b> ▪ erlebnisraumtoesstal.ch <b>Bereitstellungspaket inkl. Domain-Registration, Microsoft 365, Mailadresse, Verknüpfung Domain</b>	Planung	Must-have
<b>Zielbezug:</b> Z2	<b>Zielgruppen:</b> ZG2	
<b>Kostenschätzung (initial):</b> CHF 148.50 exkl. MwSt.	<b>Intern / extern:</b> Intern	
<b>Termin:</b> 22.03.2022	<b>Verantwortung:</b> comm.care gmbh	
<b>M5.2</b> <b>Konzept und Erstellung Projekt-Website</b>	Konzept Umsetzung	Must-have
<b>Zielbezug:</b> Z2 / Z3	<b>Zielgruppen:</b> ZG1 – ZG6	
<b>Kostenschätzung (initial):</b> CHF 2'000 exkl. MwSt.	<b>Intern / extern:</b> Intern / extern	
<b>Termin:</b> tbd	<b>Verantwortung:</b> 3null Grafik + Kommunikation	
<b>M5.3</b> <b>Umbau Website strategisch zu operativ</b>	Konzept Umsetzung	Must-have
<b>Zielbezug:</b> Z3	<b>Zielgruppen:</b> ZG6	
<b>Kostenschätzung (initial):</b> Ca. CHF 1'500 exkl. MwSt.	<b>Intern / extern:</b> Intern / extern	
<b>Termin:</b> Per «go live»	<b>Verantwortung:</b> 3null Grafik + Kommunikation	
<b>M5.4</b> <b>Website-Betreuung (strategische und operative Phase)</b>	Online	Must-have
<b>Zielbezug:</b> Z1 – Z6	<b>Zielgruppen:</b> ZG1 – ZG6	
<b>Kostenschätzung (wiederkehrend):</b> Strategiephase: ca. 0.5h pro Woche = CHF 3'250 Operative Phase: ca. 1h pro Monat = CHF 1'500	<b>Intern / extern:</b> Intern / extern	
<b>Termin:</b> Laufend	<b>Verantwortung:</b> Geschäftsstelle Oder: 3null Grafik + Kommunikation	

<b>Massnahmenpaket 6 (M6): Newsletterkonzept</b>		
Alle Projektbeteiligten und alle Projektinteressierten sollen sich über eine simple Newsletter-Lösung auf dem Laufenden halten können. Der Newsletterversand erfolgt max. alle acht Wochen (total 6x pro Jahr) und umfasst die wichtigsten Projekt-News aller Teilbereiche (Finanzierung, Umsetzung etc.).		
<b>M6.1</b> <b>Evaluation Newsletter-Lösung</b>	Evaluation	Must-have
<b>Zielbezug:</b> Z2 / Z3	<b>Zielgruppen:</b> ZG2	
<b>Kostenschätzung (initial):</b> Ca. 1 – 2h = CHF 187.50	<b>Intern / extern:</b> Intern	
<b>Termin:</b> 22.03.2022	<b>Verantwortung:</b> Geschäftsstelle Oder: 3null Grafik + Kommunikation Oder: comm.care gmbh	
<b>M6.2</b> <b>Konzeption Newsletter</b>	Konzept	Must-have
<b>Zielbezug:</b> Z2 / Z3	<b>Zielgruppen:</b> ZG2	
<b>Kostenschätzung (initial):</b> Ca. 8h = CHF 1'000	<b>Intern / extern:</b> Intern	
<b>Termin:</b> 22.03.2022	<b>Verantwortung:</b> Geschäftsstelle Oder: 3null Grafik + Kommunikation Oder: comm.care gmbh	
<b>M6.3</b> <b>Operative Phase (Sammlung und Aufarbeitung Themen, Gestaltung / Kreation, Versand)</b>	Digital	Must-have
<b>Zielbezug:</b> Z2 / Z3	<b>Zielgruppen:</b> Haupt: ZG4 / ZG6 Neben: ZG1 - ZG3 / ZG5	
<b>Kostenschätzung (wiederkehrend):</b> Ca. 5h pro Newsletter-Versand = CHF 625	<b>Intern / extern:</b> Extern	
<b>Termin:</b> 6x pro Jahr (alle zwei Monate)	<b>Verantwortung:</b> Geschäftsstelle Oder: 3null Grafik + Kommunikation Oder: comm.care gmbh	

<b>Massnahmenpaket 7 (M7): Social-Media-Kanäle</b>		
Vorwiegend die Bevölkerung des Einzugsgebietes aber auch weitere interessierte Personen sollen während der Projektphase und v.a. dann auch im operativen Betrieb stetig auf dem Laufenden gehalten resp. animiert werden, die Themenwege im <i>ErlebnisRaum Tösstal</i> zu besuchen.		
<b>M7.1</b> <b>Initialisierung Social-Media-Auftritt</b> <b>Instagram / Facebook</b>	Online	Nice-to-have
<b>Zielbezug:</b> Z1 / Z2 / Z3	<b>Zielgruppen:</b> ZG6	
<b>Kostenschätzung (initial):</b> ca. 6 – 8 h = CHF 875	<b>Intern / extern:</b> Extern	
<b>Termin:</b> 01.01.2023	<b>Verantwortung:</b> Geschäftsstelle Oder: 3null Grafik + Kommunikation Oder: comm.care gmbh	
<b>M7.2</b> <b>Betreuung Social-Media-Kanäle</b>	Online	Must-have
<b>Zielbezug:</b> Z1 / Z2 / Z3	<b>Zielgruppen:</b> ZG6	
<b>Kostenschätzung (wiederkehrend):</b> Ca. 1 Post pro Woche à 0.5h = CHF 62.50	<b>Intern / extern:</b> Extern	
<b>Termin:</b> Laufend	<b>Verantwortung:</b> Geschäftsstelle Oder: 3null Grafik + Kommunikation Oder: comm.care gmbh	
<b>M7.3</b> <b>Social-Media-Kampagne (Boost)</b>	Online	Nice-to have
<b>Zielbezug:</b> Z1 / Z2 / Z9	<b>Zielgruppen:</b> ZG6	
<b>Kostenschätzung (wiederkehrend):</b> Ca. 1 – 2h / Boost (inkl. Reporting) = CHF 187.50 Ca. CHF 300 Mediakosten	<b>Intern / extern:</b> Extern	
<b>Termin:</b> 6x pro Jahr (alle zwei Monate)	<b>Verantwortung:</b> Geschäftsstelle Oder: comm.care gmbh	

<b>Massnahmenpaket 8 (M8): Informationsveranstaltung Öffentlichkeit (10/2022)</b>		
Die Bevölkerung des Einzugs- resp. des betroffenen Gebietes soll im Rahmen einer umfassenden Informationsveranstaltung über das Projekt und die Vision informiert werden. Dies kann aber erst geschehen, wenn die gesetzlichen und finanziellen Rahmenbedingungen festgelegt sind.		
<b>M8.1</b>	Print	Must-have
<b>Gestaltung Flyer</b>		
<b>Zielbezug:</b> Z3 / Z6 / Z8 / Z9	<b>Zielgruppen:</b> Haupt: ZG6 Neben: ZG1 – ZG5	
<b>Kostenschätzung (initial):</b> Gestaltung Flyer: ca. CHF 500 Saalmiete / Apéro: ca. CHF 500	<b>Intern / extern:</b> Extern	
<b>Termin:</b> Tbd	<b>Verantwortung:</b> 3null Grafik + Kommunikation	
<b>M8.2</b>	Direct Marketing	Must-have
<b>Einladung der Bevölkerung mittels Flyer-Versand in alle betroffenen Haushalte (Mittels PromoPost)</b>		
<b>Zielbezug:</b> Z3 / Z6 / Z8 / Z9	<b>Zielgruppen:</b> Haupt: ZG6 Neben: ZG1 – ZG5	
<b>Kostenschätzung (initial):</b> Kampagnenplanung: ca. 2 – 4h = CHF 375 Mediakosten: ca. CHF 3'000	<b>Intern / extern:</b> Extern	
<b>Termin:</b> Tbd	<b>Verantwortung:</b> Geschäftsstelle Oder: comm.care gmbh	

### 7.3 Zeitplanung

Die provisorische Zeitplanung basiert auf dem unter Punkt 7.1 ausgearbeiteten Massnahmenplan:

Massnahme	01/22	02/22	03/22	04/22	05/22	06/22	07/22	08/22	09/22	10/22	11/22	12/22	01/23	02/23	03/23	04/23	05/23	06/23	07/23
<b>M1: Markenkonzept und Logo</b>																			
M1.1 Markenkonzept	21.1.																		
M1.2 Logo	21.1.																		
<b>M2: Definition und Verifizierung Vision und Leitsätze</b>																			
M2.1 Vision	21.1.																		
M2.2 Leitsätze	21.1.																		
M2.3 Übertrag in Konzept	22.1.																		
<b>M3: Informationsveranstaltung am 22.3.2022</b>																			
M3.1 Save the date	Dez 21																		
M3.2 Definition	21.1.																		
M3.3 Einladung			4.3.																
M3.4 Präsentation / Rollen																			
M3.5 Feedback-Formular			15.3.																
<b>M4: Medien- und Öffentlichkeitsarbeit</b>																			
M4.1 Medienmitteilung			23.3.																
M4.2 Erstellung Media-Kit				30.4.															
M4.3 Update Media-Kit						30.6.		30.9.		31.12.			31.3.					30.6.	
M4.4 Begleitreportage																			→
<b>M5: Projekt-Website</b>																			
M5.1 Registration Domain																			
M5.2 Erstellung Website			22.3.																
M5.3 Umbau strat/op																			→
M5.4 Website Betreuung																			→
<b>M6: Newsletter</b>																			
M6.1 Evaluation			22.3.																
M6.2 Konzeption			22.3.																
M6.3 Operative Phase																			
<b>M7: Social-Media-Kanäle</b>																			
M7.1 Kreation																			
M7.2 Betreuung																			→
M7.3 Boost																			→
<b>M8: Informationsveranstaltung Öffentlichkeit (Zeitraum Oktober 2022)</b>																			
M8.1 Gestaltung Flyer																			
M8.2 Streuver sand																			

## 7.4 Kostenschätzung

Die provisorische Kostenschätzung basiert auf dem unter Punkt 7.1 ausgearbeiteten Massnahmenplan. Für die erste Kostenschätzung wird mit einem Stundenansatz von CHF 125 gerechnet:

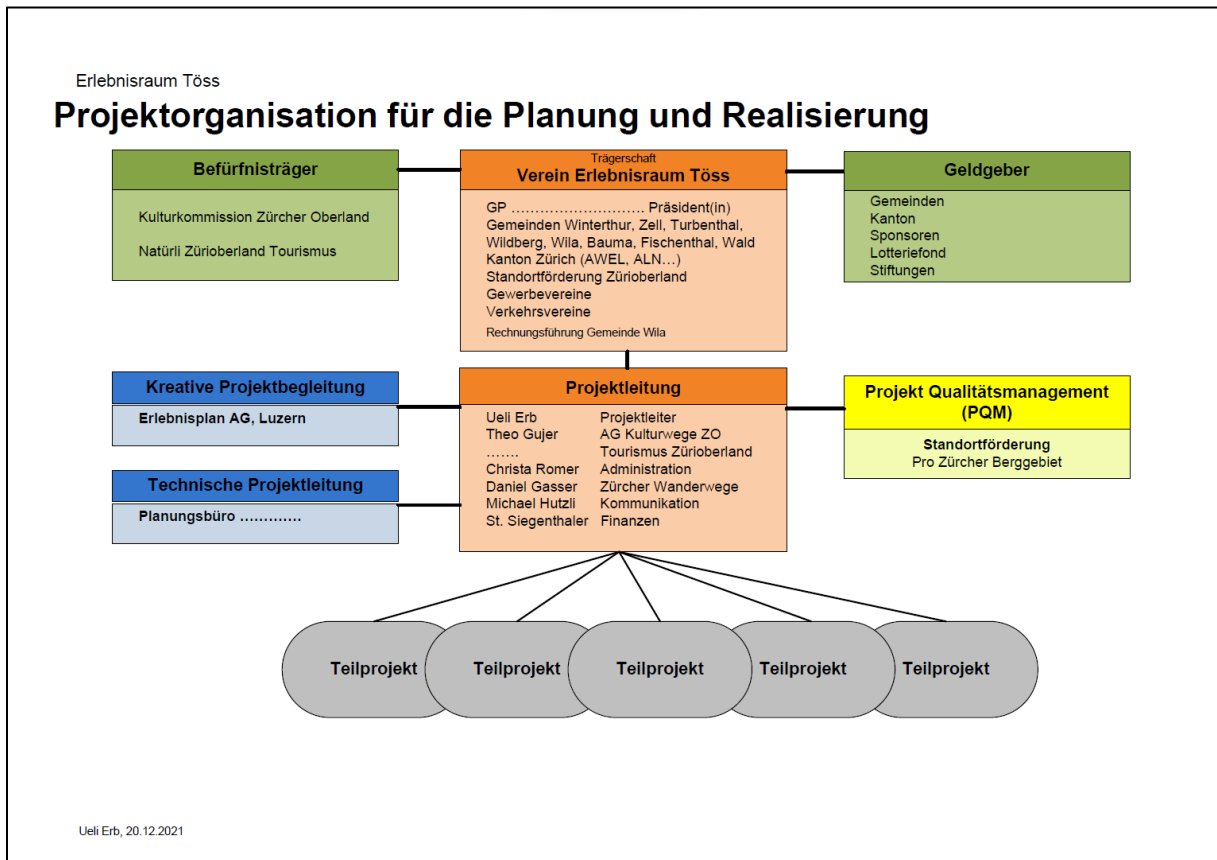
Massnahme	Initiale Kosten	Wiederkehrende Kosten
<b>M1: Markenkonzept und Logo</b>		
M1.1: Markenkonzept	2'040.00	-
M1.2: Logo	743.75	-
<b>M2: Definition und Verifizierung Vision und Leitsätze</b>		
M2.1: Vision	-	-
M2.2: Leitsätze	-	-
M2.3: Übertrag in Konzept	-	-
<b>M3: Informationsveranstaltung am 22.3.2022</b>		
M3.1: Save the date	-	-
M3.2: Definition	500.00	-
M3.3: Einladung	-	-
M3.4: Präsentation / Rollen	-	-
M3.5: Feedbackformular	-	-
<b>M4: Medien- und Öffentlichkeitsarbeit</b>		
M4.1: Medienmitteilung	500.00	-
M4.2: Erstellung Media-Kit	1'250.00	-
M4.3: Update Media-Kit	-	500.00
M4.4: Begleitreportage	Tbd	-
<b>M5: Projekt-Website</b>		
M5.1: Registration Domain	148.50	-
M5.2: Erstellung Website	2'000.00	-
M5.3: Umbau strat/op	1'500.00	-
M5.4: Website Betreuung	-	1'500.00 – 3'250.00 / Jahr
<b>M6: Newsletter</b>		
M6.1: Evaluation	187.50	-
M6.2: Konzeption	1'000.00	-
M6.3: Operative Phase (6x / Jahr)	-	3'750.00
<b>M7: Social-Media-Kanäle</b>		
M7.1: Kreation	875.00	-
M7.2: Betreuung (52 Posts)	-	3'250.00
M7.3: Boost (6x / Jahr)	-	2'925.00
<b>M8: Informationsveranstaltung Öffentlichkeit (Zeitraum Oktober 2022)</b>		
M8.1: Gestaltung Flyer / Saalmiete / Apéro	1'000.00	-
M8.2: Streuversand	375.00 (Planung) 3'000.00 (Mediakosten)	-

## **8. Kontrolle**

Die Erreichung von Kommunikationszielen muss zumindest sporadisch überprüft und kontrolliert werden. Dazu eignen sich einfache und kurze Online-Umfragen oder Social-Media-Umfragen in den gewünschten Zielgruppen. Für die Planung, Umsetzung und Auswertung einer Umfrage müssen ca. CHF 600 (Aufwand 4h) gerechnet werden.

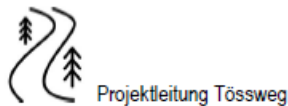
## 9. Anhänge

### 9.1 Anhang 1: Trägerschaft IG Tössweg





## **9.2 Anhang 2: Einladung Informationsveranstaltung «Tössweg»**



An die Involvierten  
des Projekts Tössweg

---

Wila, im Dezember 2021 ERU/cr

### **Informations- und Mitwirkungsveranstaltung „Tössweg“ Terminvorankündigung**

Sehr geehrte Damen und Herren  
Liebe Interessierte für das Projekt Tössweg

Im vergangenen Herbst haben zahlreiche interessante Informationsveranstaltungen und Begehungen zum Projekt Tössweg stattgefunden. Das Interesse und die Mitwirkung von Vertretern von Gemeinden und Kanton, Leitungen von Chroniken, Museen, Verkehrs- und Gewerbevereinen, aber auch von vielen Privatpersonen, haben die Projektleitung sehr beeindruckt.

Die Mitarbeitenden von erlebnisplan.ag Luzern, haben aus den vielen Beiträgen ein Entwicklungskonzept für das Tösstal zusammengestellt. Ein erster Schulterblick hat bereits stattgefunden und die Ideen sind sehr vielversprechend. Soviel sei bereits verraten – das Projekt Tössweg wird umbenannt in ErlebnisRaum Tösstal.

Gerne geben wir Ihnen die Gelegenheit, sich über den aktuellen Planungsstand zu informieren und Ihre Meinung einzubringen. Wir laden Sie wie vorangekündigt zu einem Informationsanlass über alle Teilprojekte ein.

#### **Dienstag, 22. März 2022, 17.00-19:00 Uhr, Restaurant Blume Fischenthal**

Wir bitten Sie, sich dieses Datum vorzumerken, und freuen uns auf ein zahlreiches Erscheinen. Die Einladung samt Ablauf der Veranstaltungen werden wir Ihnen anfangs März zustellen. Je nach aktueller Lage wird der Anlass mit Zertifikatspflicht durchgeführt werden.

Für die bevorstehenden Festtage wünschen wir Ihnen alles Gute und bleiben Sie gesund.

Freundliche Grüsse

Ueli Erb, Projektleiter 

Ueli Erb, Projektleiter Tössweg, Sommeraustasse 20, 8492 Wila

ueli@erb-wila.ch 079 427 84 06

## **8.4 Markenkonzzept**

# Markenkonzept



<b>0. MANAGEMENT SUMMARY</b>	<b>2</b>
<b>1. AUSGANGSLAGE / ANALYSE</b>	<b>3</b>
1.1 Markenname	3
1.2 Markenrecherche	3
1.3 Markenstrategie	4
<b>2. ZIELGRUPPEN</b>	<b>5</b>
2.1 Die Zielgruppe von ErlebnisRaum Tösstal	5
2.2 Besondere soziodemografische Merkmale	6
2.3 Besondere psychografische Merkmale	6
2.4 Exkurs I: Sinus-Milieus®	6
2.5 Exkurs II: Kernaussagen aus der Studie «Wandern in der Schweiz 2020»	7
<b>3. MARKENZIELE</b>	<b>9</b>
<b>4. VISION</b>	<b>10</b>
<b>5. MARKENPOSITIONIERUNG</b>	<b>11</b>
5.1 Emotionaler Nutzen	11
5.2 Faktischer Nutzen	11
5.3 Reason Why	11
5.4 Alleinstellungsmerkmal (USP / UCP)	11
<b>6. MARKENELEMENTE</b>	<b>12</b>
6.1 Logovorschläge: Arbeitslogo	12
6.2 Identifikationsfigur	12
6.3 Farbe	13
6.4 Typografie	13
6.5 Tonalität	13
6.6 Einsatzmöglichkeit	14
<b>7. CLAIM</b>	<b>15</b>
7.1 Markeninszenierung	15
<b>8. BUDGET</b>	<b>16</b>
<b>9. KONTROLLE</b>	<b>17</b>
9.1 Markenidentität	17
9.2 Markenimage	17
9.2 Markenbekanntheit	17
9.3 Markensympathie	17
9.4 Zusammenfassung	17

## 0. Management Summary

«Eine Marke kann als die Summe aller Vorstellungen verstanden werden, die ein Markenname oder ein Markenzeichen bei einer definierten Zielgruppe hervorruft bzw. hervorrufen soll...»  
Sinngemäss, Gabler Wirtschaftslexikon

Der Markenname **ErlebnisRaum Tösstal** impliziert dabei einerseits ein Erlebnis im Sinne des Erlebens, einen grösseren Bereich und entsprechend ein vielfältiges Angebot und die geografische Eingrenzung auf das Tösstal. Im Sinne der Wiedererkennung wird die Marke ErlebnisRaum Tösstal als Dachmarke und die (bis dato 18) Module resp. Thematisierungen resp. Inszenierungen als Submarken konzipiert (Beispiel: ErlebnisRaum Tösstal – Klangerlebnis Plättliweg).

Die Marke *ErlebnisRaum Tösstal* richtet sich in verschiedenen Projektphasen an verschiedene Zielgruppen. Während der Phasen 1 (Einstieg), 2 (Kickoff) und 3 (Planung) liegt der Fokus der Marke vorwiegend auf den Realisierungszielgruppen (Projektmitarbeitende, politische Ebene (Verteter:innen der Gemeinden, ALN, AWEL), Wissensträger (Verbände, Kommissionen, Vereine)). In den Phasen 4 (Realisierung) und 5 (Betrieb) richtet sich die Marke auf die Nutzerzielgruppen, also den respektvollen Besucher. Dabei unterscheiden wir nach Kernzielgruppen (Familien, Einwohner:innen Tösstal, Wanderer, Senior:innen) und Nebenzielgruppen (Lehrpersonen, Firmen). Die medialen Zielgruppen (Print, Online, Radio, TV, vorwiegend regional) werden in sämtlichen Projektphasen bedient.

Eine Marke, ob nun Wort- oder Bildmarke, ist oftmals der erste Eindruck, ein Schaufenster zu einem Projekt. Die Marke *ErlebnisRaum Tösstal* verfolgt deshalb vorwiegend Imageziele: Vertrauen und Sicherheit, Sympathie, Information und Orientierung, Zielgruppenkonformität, höchste Wiedererkennung, Einzigartigkeit und Differenzierung. Die Markenziele richten sich dabei stark nach der Vision, also den erstrebenswerten Zustand, und die Mission, also die definierten Kernbotschaften resp. Leitsätze.

Die Markenpositionierung definiert, was die Dienstleistung hinter der Marke zu leisten vermag. Sie definiert also das Leistungsversprechen. Dabei unterscheidet das vorliegende Markenkonzzept unter emotionalem Nutzen (Neugier, Erlebnis, (Aus-)Zeit, Natur, Kindheitserinnerung und Identifikation) und rationalem oder faktischem Nutzen (Organisation, Sicherheit, Wissen, Regionalität). Die Positionierung des *ErlebnisRaum Tösstal* ist prioritär emotional, in den finanzierungskritischen Phasen aber auch mit rationalen Argumenten verstärkt.

Die physische Marke setzt sich zusammen aus der Wortmarke (ErlebnisRaum Tösstal), der Bildmarke und einer Identifikationsfigur (Wassergeist Tossa). Die Bildmarke ist dabei an die Haare von Tossa angelehnt und symbolisiert die Wellenbewegung der Töss und die Hügel des Tösstals. Dabei wird das Wasser in verschiedenen Zuständen dargestellt (ruhig / wild), natürliche und naturnahe Farben grün und blau unterstützen die Symbolkraft und die Symbolisierung von Naturerlebnissen. Die Tonalität (gilt v.a. für Realisierungsphase) ist auf die Zielgruppe angepasst. Tendenz zu «per Du», spielerisch, emotional, glaubwürdig und erlebnisorientiert.

Der Claim – gleichbedeutend mit dem höchsten Markenversprechend – richtet sich auf die emotionalen Leistungsversprechen aus und geht in die Richtung «gspürsch es au?», «ghörsch es au?» und «schmöcksch es au?».

## 1. Ausgangslage / Analyse

Das vorliegende Markenkonzept entspricht einem übergeordneten Marken-Leitbild und stellt sicher, dass Werte, Vision, Strategie und Positionierung der Marke mittels Gestaltungs- resp. Designelementen (Farbe, Typografie, Logo und Tonalität) erlebbar gemacht wird.

Die Visualisierung sowie der Claim ermöglichen, dass die Marke nach innen und nach aussen getragen werden kann, dient der Einprägung in den Köpfen der Zielgruppe und vermittelt einen konkreten Nutzen (emotional und faktisch) resp. definiert, was der «Kunde» von der Marke erwarten darf und soll.

Dabei sollen einerseits der übergeordnete Markenname (Dachmarke) als auch die effektiven «Module» (also die eigentlichen Thematisierungen / Inszenierungen) kommuniziert werden.

Eine Zusammenarbeit mit der Agentur erlebnisplan AG ist elementar und bereits initiiert.

### 1.1 Markenname

#### **ErlebnisRaum Tösstal**

Der Markenname widerspiegelt drei grundlegende Leistungsversprechen der Marke:

- Erlebnis: Ein Erlebnis oder Ausflugsziel im Sinne des Erlebens
- Raum: Es handelt sich um einen grösseren Bereich, impliziert ein vielseitiges Angebot
- Tösstal: Geografische Einordnung / Gebiet, impliziert Wasser

Ein «ErlebnisRaum» ist sehr viel breiter gefasst als (teilweise inflationär verwendete) Begriffe wie «Wanderweg» oder «Themenweg». Ein «Erlebnis» weckt zudem positive Assoziationen.

#### **Mögliche Markencreationen**

Name	Positiv	Negativ
ErlebnisRaum Tösstal	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tösstal als geografisches Gebiet besser eingegrenzt als nur «Töss» (weiläufiger)</li> <li>▪ Mehr Nähe zur Bevölkerung</li> <li>▪ Impliziert nicht zwingend ein Wassererlebnis, sondern definiert das gesamte Tösstal inkl. seinen Hügeln</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Das Tösstal macht wieder mal etwas für sich (Wahrnehmung)</li> <li>▪ Das Tösstal ist auch die regionale Abgrenzung.</li> </ul>
ErlebnisRaum Töss	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kurz und prägnant</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Impliziert Wassererlebnis</li> <li>▪ Sehr weitläufiges Gebiet (für den Winterthurer ist die Töss etwas anderes als für den Wilemer)</li> </ul>
WasserErlebnisRaum Tösstal	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Abkürzung WET (engl. nass)</li> <li>▪ Abkürzung trägt zur einfacheren und eingängigeren Signalistik und Wiedererkennung bei</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nur teilweise skalierbar</li> <li>▪ Nicht auf nicht-wasserbezogene Module anwendbar (Stichwort: Burgruinen, Holzweg)</li> </ul>

☞ Der *ErlebnisRaum Tösstal* ersetzt die alte (und ausgediente) Töss91-Thematisierung. In der Markencreation nehmen wir dazu aber keine Stellung. Unsere Marke ist bewusst neu und klar von der alten Marke abgehoben.

### 1.2 Markenrecherche

Die Markenbezeichnung «Erlebnisraum» ist in der Schweiz nicht gängig und wird v.a. in Deutschland und Österreich eingesetzt, nur sehr selten aber im Bereich Tourismus. Einige Beispiele: [Praxis Erlebnisraum](#), [Hypnosystemischer Erlebnisraum](#), [Eventagentur Erlebnisraum](#).

Im Schweizer und im grenznahen Tourismus taucht der Begriff «Erlebnisraum» eher selten auf:

- [Erlebnisraum «Wiege der Schweiz»](#) ([Detailinformationen von Regiosuisse.ch](#))
- [Erlebnisraum Hochrhein](#) ([Detailinformationen von Regiosuisse.ch](#))
- [Erlebnisraum Tafeljura](#)
- [Walderlebnisraum Gais](#)

Gemäss Recherche in der [Marken-Datenbank](#) seitens Institut für Geistiges Eigentum IGE besteht kein Markenschutz auf den Begriff «Erlebnisraum». Durch den Zusatz «Tösstal» besteht zudem keine Gefahr für markenrechtliche Auseinandersetzungen.

### **1.3 Markenstrategie**

Die Marke *ErlebnisRaum Tösstal* wird im Sinne der Vertrauensbildung, Wiedererkennung und als verbindendes Element als Dachmarke konzipiert. Damit schaffen wir die Möglichkeit, Thematisierungen / Inszenierungen (=Module) offensichtlich zu deklarieren und der Zielgruppe so ein Versprechen und Sicherheit bezüglich des Erlebnisses zu geben.

#### **Dachmarke**

- ErlebnisRaum Tösstal

#### **Submarken (beispielhaft)**

- Erlebnis Wasserkraft
- Klangerlebnis Plättliweg
- Holzweg
- Drei Landenberger

Die Gestaltung einer Dachmarke erlaubt eine einfache Integration weiterer Module und damit eine Ausweitung des Leistungsangebotes.

## **2. Zielgruppen**

### **2.1 Die Zielgruppe von ErlebnisRaum Tösstal**

Die Marke *ErlebnisRaum Tösstal* richtet sich – sobald die Module resp. einzelne Inszenierungen umgesetzt sind – an «Respektvolle Besucher:innen». Allerdings darf unter keinen Umständen ausser Acht gelassen werden, dass gerade in der Projekt- und Realisierungsphase noch weitere relevante Zielgruppen angesprochen werden sollen. Entsprechend sind die Zielgruppen nach Nutzer-, Realisierungs- und Medienzielgruppen differenziert.

#### **Nutzerzielgruppen**

##### **Kernzielgruppe I**

- Familien (Freizeit, Wissen, Erlebnis, Abenteuer)
- Wohnbevölkerung der Gemeinden Bauma, Fischenthal, Turbenthal, Wald, Wila, Wilberg, Zell und Stadt Winterthur (Regionalität, Wochenendausflüge)

##### **Kernzielgruppe II**

- Wanderer / Wandergruppen / Senior:innen (Wissen, Natur, Regionalität, Erlebnis)

##### **Nebenzielgruppen I**

- Lehrpersonen (Wissen, Schulausflüge)
- Wiss- und lernbegierige, natur- und geschichtsinteressierte Personen (Wissen, Tradition)
- Firmen (Ausflüge)

#### **Realisierungszielgruppen**

##### **Nebenzielgruppen II**

- Politische Ebene
  - Gemeindepräsident:innen und Gemeinderät:innen der politischen Gemeinden Bauma, Fischenthal, Turbenthal, Wald, Wila, Wildberg, Zell resp. politische Vertreter der Stadt Winterthur
  - Amt für Landschaft und Natur ALN (Neue Regionalpolitik NRP, Wald, Naturschutz)
  - Amt für Abfall, Wasser, Energie und Luft
- Projektebene
  - Trägerschaft IG Tössweg
  - Projektleitung, Projektsteuerung, technische, kreative und kommunikative Projektbegleitung
- Verbände, Kommissionen und Vereine
  - Gesellschaftskommissionen (bspw. Wila und Turbenthal)
  - Standortförderung Zürcher Oberland
  - Pro Zürcher Berggebiet (Bergregion Natürli)
  - Lions Club Tösstal / Rotary Club Bachtel-Zürich
  - Zürcher Wanderwege
- Wissensträger (nicht abschliessend)
  - DVZO Bauma, Gewerbeverein Bauma, Gewerbeverein Turbenthal und Umgebung, Gewerbeverein Zell, Historiker / Chronisten aus den Gemeinden, Ortsmuseum Wila, Ortsmuseum Turbenthal, PL Industriepfad Bauma, PL Töss91, Verkehrsverein Bauma, Verkehrsverein Wila, Verkehrsverein Zell

#### **Mediale Zielgruppen**

- Medien regional
  - Der Tössthaler, Landbote, Zürcher Oberland Medien
  - Regio.ch
  - Radio ZÜRisee, Radio Top
  - Tele Top, Tele ZÜRi
- Medien National
  - NZZ, TagesAnzeiger, Blick
- Online-Medien mit Fokus Freizeit (nicht abschliessend)
  - Myswitzerland.com
  - Freizeit.ch
  - Ausflugsziele.ch
  - Coop Hello Family
  - Famigros
  - Sbb.ch

- zvv.ch
- Familienausflug.info
- Wir Eltern
- Familienleben.ch

## 2.2 Besondere soziodemografische Merkmale

☞ diese Einschätzung bezieht sich auf die Kernzielgruppen

- Wohnort: Tösstal (oder in unmittelbarer Nähe)
- Alter: 3 – 99 Jahre (Module für Jung und Alt)
- Geschlecht: leichter Frauen-Überhang (vgl. [Wanderstudie](#))
- Fokus auf Familien (Mehrpersonenhaushalte)

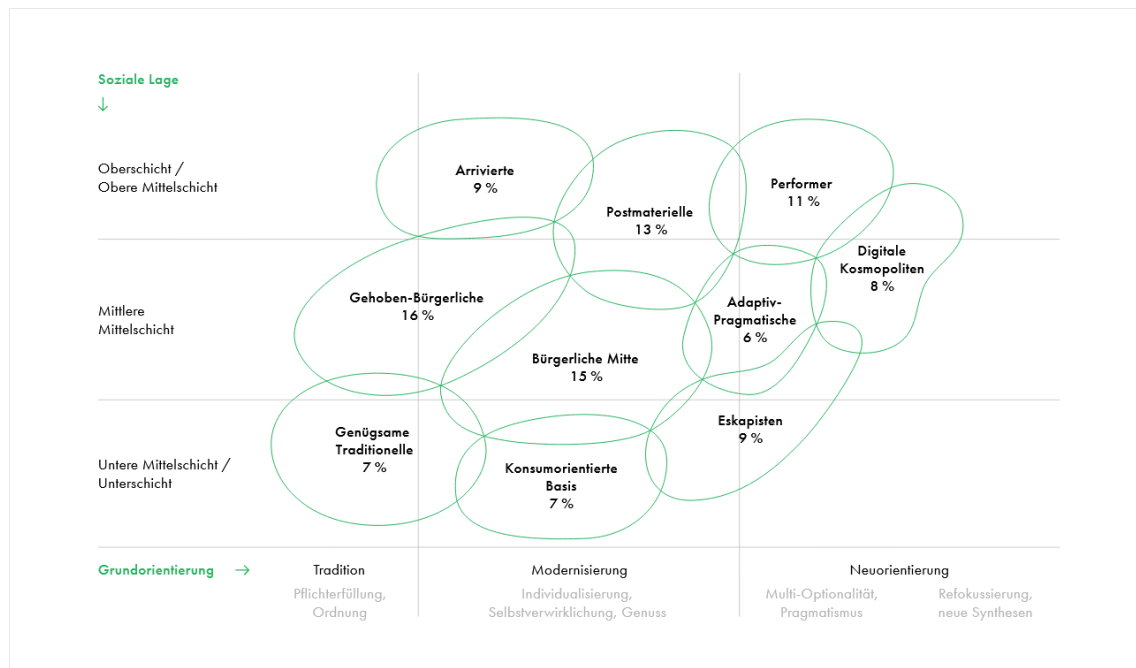
## 2.3 Besondere psychografische Merkmale

☞ diese Einschätzung bezieht sich auf die Kernzielgruppen, in Bezug auf die Ängste aber auch auf die Nebenzieldgruppen, v.a. Nebenzieldgruppe II

- Interessensgebiete: Gesundheit, Freizeit, Natur
- Zusätzliche Interessensgebiete für ZG Familie: Abenteuer, Erlebnis, Baden
- Die Zielgruppe ist stolz auf die Wohnregion, partieller Protektionismus erkennbar
- Der Erhalt der Tösstaler Identität resp. sogar der kommunale Identität hat oberste Priorität
- Erhöhter Bedarf an frühzeitigem Miteinbezug resp. an frühzeitiger transparenter Kommunikation
- Ängste: Zunahme Tourismus, Schutz der Natur im Tösstal, Erlebnisraum im Lebensraum, Abfall, Littering, Infrastruktur, Besucherführung, Kosten, Landbesitz, Sinnfrage, Unterhalt und Pflege

## 2.4 Exkurs I: Sinus-Milieus®

Sinus-Milieus sind Gruppen «Gleichgesinnter» – also Menschen, die in psychografischen Merkmalen vergleichbar sind und ähnliche Lebensauffassungen und Werthaltungen haben. Dabei werden die soziodemografischen Merkmale nicht berücksichtigt, da ein 65-jähriger Pensionär ebenso ein Wanderer sein kann, wie die 30-jährige Chemielaborantin am Anfang ihrer Karriere. Die Sinus-Milieus entsprechen also einer moderneren und realitätsnahen Zielgruppensegmentierung.



Quelle: [www.sinus-institut.de](http://www.sinus-institut.de)



☞ In den gehobenen Milieus lässt sich eine überdurchschnittliche Wanderneigung beobachten.

Milieu	Kurzbeschreibung
<b>Sozial gehobene Milieus</b> Gehoben-Bürgerliche Arrivierte Performer Digitale Kosmopoliten	Die statusbewusste Mitte mit traditionell-bürgerlichem Lebensstil Die wohl situierte, souveräne gesellschaftliche Elite Die flexible, global orientierte Leistungselite Die experimentierfreudige, weltoffene, digital geprägte Avantgarde
<b>Milieus der Mitte</b> Adaptiv-Pragmatische Bürgerliche Mitte Postmaterielle	Die junge pragmatische, anpassungsbereite Mitte Die gesellschaftliche Mitte mit ausgeprägter Status-Quo-Orientierung Die links-liberale, stark postmateriell geprägte obere Mitte
<b>Milieus der unteren Mitte</b> Genügsame Traditionelle Konsumorientierte Basis Eskapisten	Die traditionelle Arbeiter- und Bauernkultur Die materialistisch geprägte, verunsicherte und resignierte Unterschicht Die hedonistisch geprägte, spass- und freizeitorientierte untere Mitte

## 2.5 Exkurs II: Kernaussagen aus der Studie «Wandern in der Schweiz 2020»

<b>Download-Link:</b> <a href="https://www.wanderwege.schweizer-wanderwege.ch/download.php?id=42623_39eb1384">https://www.wanderwege.schweizer-wanderwege.ch/download.php?id=42623_39eb1384</a>	
<b>Wanderland Schweiz</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 56.9% der Schweizer Bevölkerung ab 15 Jahren wandert (w: 59% / m: 55%) <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ +12.6% seit 2013</li> <li>▪ +19.5% seit 2007</li> <li>▪ Speziell starke Zunahme in der ZG 15-29 (+17% seit 2013)</li> <li>▪ Zunahme in allen Segmenten</li> </ul> </li> <li>▪ Auffallend: bei 15-29-jährigen Frauen ist Wandern deutlich stärker verbreitet als bei gleichaltrigen Männern (49 zu 34%)</li> <li>▪ Auffallend: bei Männer &gt;74 Jahren ist Wandern deutlich stärker verbreitet als bei gleichaltrigen Frauen (56 zu 44%)</li> </ul>	
<b>Der/Die Wanderer*in</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ø-Alter: 50 Jahre alt</li> <li>▪ Frauenteil: 53%</li> <li>▪ Wander-Zielgruppe eher besser gebildet (obligatorische Schule: 34% / Universität: 65%)</li> <li>▪ Wander-Zielgruppe eher besser verdienend (bis CHF 5'000: 51% / über CHF 9'000: 63%)</li> <li>▪ Motivation <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ für die Gesundheit (Top2): 93%</li> <li>▪ um fit zu sein (Top2): 89%</li> <li>▪ um draussen zu sein (Top2): 87%</li> <li>▪ aus Freude an der Bewegung (Top2): 82%</li> <li>▪ um mich zu entspannen (Top2): 71%</li> <li>▪ um Stress abzubauen (Top2): 54%</li> <li>▪ wegen der Figur (Top2): 52%</li> </ul> </li> <li>▪ Begleitung <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mit Partner/in: 40%</li> <li>▪ Mit Verwandten, Kollegen, Freunden: 31%</li> <li>▪ Mit der Familie: 20%</li> </ul> </li> <li>▪ Ausgaben für eine Ø-Wanderung in einem Naherholungsgebiet: CHF 33 (Tagesausfluggebiet: CHF 59 / Feriengebiet: CHF 79)</li> <li>▪ Informationsquelle / Vorbereitung <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Website / Internet / Soziale Medien: 44% (zu 28% Website von lokalen Tourismusorganisationen)</li> <li>▪ Karten: 24% (alte Zielgruppen überrepräsentiert)</li> <li>▪ Tipp von Bekannten &amp; Freunden: 23% (junge ZG überrepräsentiert)</li> <li>▪ Smartphone Apps: 15%</li> </ul> </li> </ul>	
<b>Die Wanderungen</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ø 15 Wanderungen pro Jahr à Ø 3h</li> <li>▪ 76% der Wanderer machen Wanderungen à 1 – 3h</li> <li>▪ 21% der Wanderer machen 6 – 10 Wanderungen pro Jahr</li> <li>▪ 38% der Wanderer machen 11 – 50 Wanderungen pro Jahr</li> <li>▪ Nur 20% der Wanderer sind ausschliesslich von Frühling bis Herbst unterwegs</li> <li>▪ Winterwanderungen haben in den letzten Jahren zugenommen</li> <li>▪ 88% der Wanderer nutzen gelb signalisierte Wanderwege</li> <li>▪ 28% der Wanderer nutzen pink signalisierte Wanderwege</li> <li>▪ In einem Naherholungsgebiet sind 91% der Wanderungen Tageswanderungen ohne Übernachtung ausserhalb des Wohnorts (6% Ferienaufenthalt / 3% Mehrtageswanderung)</li> <li>▪ In einem Tagesausflugsgebiet sind 78% der Wanderungen Tageswanderungen ohne Übernachtung ausserhalb des Wohnorts (15% Ferienaufenthalt / 7% Mehrtageswanderung)</li> <li>▪ Tourismusregionen: Zürich ist für 8% der Wanderer ein Zielgebiet, die Ostschweiz für 14%</li> </ul>	

- Anforderungen (Top 6 Nennungen)
  - Landschaftliche Attraktivität: 69%
  - Naturerlebnis: 68%
  - Abwechslung: 46%
  - Durchgehende Signalisation: 46%
  - Wege mit Naturbelag: 49%
  - Anreisemöglichkeit mit ÖV: 47%
- Störfaktoren (Top 6 Nennungen)
  - Abfall: 68%
  - Lärm: 40%
  - Motorisierter Verkehr: 39%
  - Lange Abschnitte mit Hartbelag: 34%
  - Beschädigte / fehlende / fehlerhafte Wegweiser / Markierungen: 27%
  - Langweilige, monotone Wegstücke: 19%

### **3. Markenziele**

Erfolgskritisch ist bei der Definition der Markenziele das Verständnis, dass eine Marke verschiedene Funktionen hat. Oftmals ist eine Marke resp. ein Logo die erste Visualisierung eines Projektes. Sie prägt also den erste Eindruck und wird beeinflussen, wie jemand über den ErlebnisRaum Tösstal denkt, resp. mit wie viel Goodwill die Person dem Projekt gegenübersteht.

Die Marke *ErlebnisRaum Tösstal* verfolgt vorwiegend Imageziele. Die Marke soll aber auch eine direkt aktivierende und einladende Wirkung haben.

<b>Ziel</b>	<b>Beschreibung</b>
<b>Vertrauen und Sicherheit</b>	Die Marke <i>ErlebnisRaum Tösstal</i> hat ein professionelles Design und ist in Bezug auf die Anforderungen der Zielgruppe selbsterklärend. Sie gibt den Nutzer:innen der Töss-Wanderwege die Sicherheit und das Vertrauen, dass die Wege sicher und gepflegt sind und ein (Natur-)Erlebnis bieten.
<b>Sympathie</b>	Die Marke ist sympathisch und einladend und weckt (auch nach dem ersten Besuch) positive Assoziationen.
<b>Information und Orientierung</b>	Durch die Kreation einer Dachmarke und der Deklaration der jeweiligen Inszenierung/Thematisierung (= Module) bietet wir der Zielgruppe schon bei der Routenauswahl erste Informationen und Orientierung
<b>Zielgruppenkonformität</b>	Der Auftritt der Marke <i>ErlebnisRaum Tösstal</i> , sowohl die Visualisierung als auch die Tonalität, richtet sich konsequent nach die Anforderungen und Befindlichkeiten unserer Hauptzielgruppen. Wir lassen dabei aber Nebenzielgruppen nicht ausser Acht.
<b>Höchste Wiedererkennung</b>	Die Marke <i>ErlebnisRaum Tösstal</i> und die angestrebte Dachmarkenstrategie sorgt für multiple Kontaktpunkte (m.u. via Signalisation) und entsprechend für eine höchste Wiedererkennung.
<b>Einzigartigkeit und Differenzierung</b>	Unsere Marke ist so einzigartig wie die Landschaft und die Menschen im Tösstal und differenziert sich klar von ähnlichen oder vergleichbaren Angeboten. Wir schaffen eine Marke von Tössstalern für Tössstaler, welche aber andere Touristen nicht abschreckt.

## **4. Vision**

*«Nicht das Kapital bestimmt den Wert eines Unternehmens, sondern der Geist, der in ihm herrscht.»  
Claude Dornier, deutscher Flugzeugkonstrukteur, Gründer der Dornier-Werke (14.05.1884 – 05.12.1969)*

Eine Vision ist ein erstrebenswerter Zustand, eine in die Zukunft gerichtete Entwicklungsstrategie und sowohl interne Motivation (Arbeitsverhalten) als auch externe Motivation (bspw. Glaubwürdigkeit oder Kaufverhalten).

### **IG Tössweg**

Das Tösstal hat den beliebtesten Themenweg des Kantons Zürich, wo Erlebnisse und Geschichte aus Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft geboten werden.

### **Erlebnisplan AG**

Das Tösstal ist der vielfältigste Erlebnisraum des Kantons Zürich, wo die abwechslungsreiche Geschichte, eine traumhafte Natur und der wunderbare Genuss des Wassers erlebt werden können.

### ***Finale Vision (gem. Arbeitssitzung vom 21.01.2022):***

*Der ErlebnisRaum Tösstal stellt die Region, ihre einzigartige Natur, ihre bewegte Geschichte, Gegenwart und Zukunft ins Zentrum. Er stärkt die Identifikation und das Wir-Gefühl der Tösstaler Bevölkerung und bietet dem respektvollen Besucher eine Auszeit, weckt Neugier, vermittelt Wissen, schafft Erlebnisse und bleibende Erinnerungen.*

## 5. Markenpositionierung

«Markenpositionierung: Was das Produkt leistet – und für wen.»  
David Mackenzie Ogilvy, britische Werbetexter-Ikone (23.06.1911 – 21.07.1999)

### 5.1 Emotionaler Nutzen

- Motivationsfaktor **Neugier**: Der *ErlebnisRaum Tösstal* ist eine Marke mit einem sehr vielseitigen (Wander-)Angebot und deckt damit verschiedenste Bedürfnisse ab. Mit einer umfassenden Kampagne wecken wir die Neugier.
- Motivationsfaktor **Erlebnis**: Der *ErlebnisRaum Tösstal* garantiert allein schon mit dem Markennamen, aber auch mit der Visualisierung und dem Claim, ein Erlebnis in der Natur.
- Motivationsfaktor **(Aus-)Zeit**: Der *ErlebnisRaum Tösstal* garantiert Me-Time, eine Auszeit für mich, meine Begleiter:innen und meine Familie.
- Motivationsfaktor **Natur**: Der *ErlebnisRaum Tösstal* verspricht emotionale Naturerlebnisse in einer einzigartigen Umgebung, Zeit zum Durchatmen.
- Motivationsfaktor **Kindheitserinnerung**: Der *ErlebnisRaum Tösstal* lässt längst vergessene Gefühle und Erlebnisse von früher wieder aufleben.
- Motivationsfaktor **Identifikation**: Der *ErlebnisRaum Tösstal* ist eine glaubwürdige Inszenierung von Menschen aus dem Tösstal für Menschen aus dem Tösstal. Wir identifizieren uns mit der Region.

### 5.2 Faktischer Nutzen

- Motivationsfaktor **Organisation**: Der *ErlebnisRaum Tösstal* steht für eine nachhaltige Organisation von Erlebnissen und Inszenierung, von der Parkierung bis zur Besucherführung und in enger Zusammenarbeit mit allen Anspruchsgruppen im Bereich der touristischen Wertschöpfung (bspw. Gastronomie oder Regionalvermarktung).
- Motivationsfaktor **Sicherheit**: Der *ErlebnisRaum Tösstal* garantiert Sicherheit für die Besucher:innen durch eine umfassende Pflege und Betreuung der Wanderwege sowie eine Signalisation, auf die man sich verlassen kann.
- Motivationsfaktor **Wissen**: Der *ErlebnisRaum Tösstal* vermittelt Wissen, sowohl den jüngeren als auch den älteren Besucher:innen.
- Motivationsfaktor **Regionalität**: Der *ErlebnisRaum Tösstal* sorgt für Abenteuer und Erlebnis vor der Haustür – ökologisch und nachhaltig.
- Motivationsfaktor **Verbindung**: Der *ErlebnisRaum Tösstal* ist ein überkommunal verbindendes Projekt und schafft ein Wir-Gefühl.

### 5.3 Reason Why

Der *ErlebnisRaum Tösstal* bietet Abenteuer, bleibende Erinnerungen und eine unvergessliche Auszeit in der einzigartigen Natur des Tösstals. Ein Erlebnis für Neugierige – ob gross oder klein.

### 5.4 Alleinstellungsmerkmal (USP / UCP)

Mit dem *ErlebnisRaum Tösstal* bewegen wir uns in einem sehr schnell wachsenden Teilmarkt (regionaler Tagestourismus, Freizeit). Eine Positionierung über einen USP (Unique Selling Proposition, einzigartiger Verkaufsvorteil) ist entsprechend nahezu unmöglich, gerade zumal jeder Anbieter, jede Region, jede Inszenierung diesen für sich beanspruchen würde (vgl. [5.3 Reason Why](#)). Im klassischen Sinne handelt es sich also um ein Me-Too-Produkt, auch wenn sich der *ErlebnisRaum Tösstal* v.a. in Bezug auf Umfang, Inhalt und Aufbau von ähnlichen Angeboten abhebt (ganz abgesehen von den gestalterischen Elementen).

Entsprechend empfiehlt sich eine Positionierung, Differenzierung und Kommunikation mittels UCP (Unique Communication Proposition, einzigartiger Kommunikationsvorteil). Das kommunikative Alleinstellungsmerkmal beeinflusst die subjektive Wahrnehmung der potenziellen Gäste und löst beim Empfänger resp. der Empfängerin ein – im Optimalfall positives – Gefühl aus und aktiviert direkt. Im Fall von *ErlebnisRaum Tösstal* bedeutet das also, dass die gesamte Kommunikation auf den emotionalen Nutzen ausgelegt sein soll.

Selbstverständlich wird die Differenzierung v.a. auch in den finanzierungskritischen Phasen auch mit rationalen Argumenten verstärkt.

## **6. Markenelemente**

### **6.1 Logovorschläge: Arbeitslogo**



# **ErlebnisRaum Tösstal**

#### **Überlegungen zum Arbeitslogo:**

- Die Bildmarke ist an die Haare der Identifikationsfigur (vgl. [Identifikationsfigur](#)) angelehnt und symbolisiert einerseits die Wellenbewegung der Töss und andererseits die Hügel des Tösstals
- Das Wasser ist bewusst ruhig und wild dargestellt
- Natürliche / naturnahe Farben (Symbolisierung von Wasser und Natur)
- Symbolisierung von Naturerlebnissen
- Gute Lesbarkeit
- Multiple Einsatzmöglichkeiten



Das Logo wird in unterschiedlichen Varianten für den situativen Einsatz konzipiert (lang, hoch, nur Bildmarke, nur Wortmarke).

#### **Anmerkung:**

Das «Produkt» hinter der Marke ist aufgrund des Markennamens und der visuellen Gestaltungselemente schon auf den ersten Blick definiert und identifizierbar. Entsprechend kann auf weiterführende Informationsquellen (bspw. URL) in der Markenvisualisierung (Logo) verzichtet werden.

### **6.2 Identifikationsfigur**

Der *ErlebnisRaum Tösstal* soll Erlebnisse und bleibende Erinnerungen für Jung und Alt schaffen. Um v.a. den kleineren Besucher:innen (Familien mit Kindern, Schüler:innen) auf spielerische, erzählerische, sympathische und emotionale Weise Wissen zu den Themenbereichen *Natur*, *Geschichte*, *Industrie*, *Klangwelten*, *Ökologie* und *Auswirkungen von Umwelteinflüssen* zu vermitteln, bietet sich die Implementierung einer Identifikationsfigur an (auch: Maskottchen).



Im Entwicklungskonzept der Erlebnisplan AG ist die Identifikationsfigur Tossa beschrieben als kleines Wassergeist-Mädchen, das die unterschiedlichen Charakteren der Töss (von murmelnd, über ruhig, über träumerisch, bis gefährlich) repräsentiert. Bspw. Die Willensstarke, die Ruhelose, die Trotzende, die Abenteuerlustige, die Traurige...

Die unterschiedlichen Gemütszustände sollen dabei die Akzeptanz der Gemütszustände von Kindern bei Kindern und Erwachsenen fördern.

Ganz abgesehen davon, dass eine Identifikationsfigur der Wiedererkennung einer Marke sehr zuträglich ist, bringt sie auch ein ungewöhnlich grosses Vermarktungspotenzial mit: Als Vermittlerin von Inhalten auf Texttafeln (auch digital), zum Erzählen von Geschichten (bspw. Bilderbuch, Hörspiel, Kurzgeschichten, Events), als Protagonistin in einem Suchspiel oder letztlich einfach als Maskottchen und Siegerpreis, wenn alle Prägestempel einer Wanderweg-Inszenierung (resp. eines Moduls) abgeholt wurden.

### **6.3 Farbe**

Die Visualisierung der Marke *ErlebnisRaum Tössstal* erfolgt in Grün- und Blautönen, welche die beiden hauptsächlichen Elemente der Markeninszenierung – Wasser und Natur – repräsentieren.



#### **Grün**

Grün wird allgemein mit Natur assoziiert, da es mit Gras, Pflanzen und Bäumen in Verbindung gebracht wird. Die Farbe Grün steht für Wachstum und Erneuerung, repräsentiert den Frühling und die Wiedergeburt. Eine weitere Assoziation ist «grünes Licht bekommen», also weiterzumachen, wodurch es auch mit Handlung in Verbindung gebracht wird.

Die Assoziation zur Natur macht Grün zu einer logischen Wahl für eine Marke, die umweltfreundlich oder nachhaltig ist. Im Digitalen Bereich repräsentiert Grün einen Call-to-Action, also «los».



#### **Blau**

Blau wird allgemein mit Wasser, mit dem Himmel und mit grossen Naturerlebnissen assoziiert. Blau ist eine gelassene und ruhige Farbe, die für Intelligenz, Zuverlässigkeit und Verantwortung steht. Blau ist kühl und entspannend, je dunkler das Blau, desto eher repräsentiert es Tiefe und Kraft. Blau ist die beliebteste Farbe der Welt, geschlechterübergreifend, und die erste Wahl für vertrauenswürdige Institutionen.

### **6.4 Typografie**

Bei der Typografie der Marke *ErlebnisRaum Tössstal* steht die Lesbarkeit (Gradlinigkeit) im Vordergrund. Die Marke muss auf kleineren Signalisationen ebenso les- und erkennbar sein, wie auf grösseren Informations- resp. Texttafeln oder dem Etikett einer Plüschpuppe (vgl. [6.2 Identifikationsfigur](#), Thema Vermarktungspotenzial und [6.6 Einsatzmöglichkeiten](#)).

Entsprechend verzichten die Logovorschläge (abgesehen von Variante 2, Set I) auf visuelle Gestaltungselemente im Zusammenhang mit Buchstaben, welche die Lesbarkeit der Marke beeinträchtigen und damit die Wiedererkennung gefährden.

### **6.5 Tonalität**

Die Tonalität der Marke *ErlebnisRaum Tössstal* ist variabel und dem Modul resp. der jeweiligen Zielgruppe angepasst. Für Erwachsene steht die wissenschaftlich fundierte Wissensvermittlung im Vordergrund, für Kinder eher ein spielerisch-erzählerischer, emotionaler Zugang.

Wir sprechen unsere Zielgruppe «per Du» an und sind in unserer Tonalität **spielerisch, emotional, glaubwürdig, erlebnisorientiert**.

## 6.6 Einsatzmöglichkeit

Der visuelle Auftritt (Logo), der Claim und die Identifikationsfigur von *ErlebnisRaum Tösstal* sind so gestaltet, dass nahezu unbegrenzte und zielgruppenspezifische Einsatzmöglichkeiten bestehen. Die nachfolgende Aufzählung hat entsprechend auch keinen Anspruch auf Vollständigkeit:

<b>Projekt- &amp; Umsetzungsphase (vgl. Kommunikationskonzept)</b>			
<b>Einsatzmöglichkeit</b>	<b>Logo</b>	<b>Identifikationsfigur</b>	<b>Claim</b>
Informationsveranstaltung	x	x	x
Mitwirkungsveranstaltung	x		
Medien- und Öffentlichkeitsarbeit (PR)	x	x	x
Projekt-Website	x	x	x
Newsletter	x	x	x
Social-Media-Kanäle	x	x	x
Veranstaltungen (bspw. Dorffest o.ä.)	x	x	
<b>Launch / Betrieb</b>			
<b>Einsatzmöglichkeit</b>	<b>Logo</b>	<b>Identifikationsfigur</b>	<b>Claim</b>
Bewegtbild / Spot	x		x
Plakat	x		x
Website	x	x	x
Newsletter	x	x	x
Social-Media-Kanäle	x	x	x
Texttafeln / Hinweistafeln	x	x	
Maskottchen / Stofftier		x	
Bilderbuch etc.	x	x	

Die detaillierten Einsatzmöglichkeiten und vor allem die Gestaltungsrichtlinien müssen in einem separaten CD-Manual (Corporate Design Manual) resp. einem Styleguide definiert werden. Dieses Papier dokumentiert die visuellen Rahmenbedingungen einer Unternehmens-, Produkte- und Markenidentität. Die Erarbeitung eines CD-Manuals wurde bereits durch 3null Grafik + Kommunikation offeriert, die Kosten liegen bei rund CHF 500.



## 7. Claim

Ein Claim ist gleichbedeutend mit dem höchsten Markenversprechen eines Brands, das für all seine Produkte gilt. Er hat eine langfristige Bedeutung und vermittelt beschreibende oder emotionale Informationen. Konkret: der Claim verdeutlicht die gewünschte Positionierung eines Unternehmens auf dem Markt, steigert die Wiedererkennung und die Bekanntheit.

- «Erläbnisruum Tösstal – gspürsch es au?»
- «Erläbnisruum Tösstal – ghörsch es au?»
- «Erläbnisruum Tösstal – schmöcksch es au?»

### 7.1 Markeninszenierung

#### Kreativansatz für Bewegtbild (Spot)

- Schnelle, naturnahe, gefühlsintensive, emotionale Bilder
- Hühnerhaut-Momente
- Naturgeräusche
- Emotionale Natur- und Wandererlebnisse wie bspw.
  - Ein Sprung ins kalte Wasser (Toni Gumpe)
  - Eine Dusche unter einem Giessen
  - Hände, die über tau-behangene Blätter streichen
  - Finger, die zum kindlichen Klettern auf dem Tösstaler Nagelfluh liegen
  - Wanderschuhe, die über einen herbstlichen Laubboden laufen
  - Wärmende Hände am Grillfeuer
  - Das Knistern von Schneeschuhen
- Geflüsterte weibliche Stimme: Erläbnisruum Töss – gspürsch es?

#### Kreativansatz für Plakat





☞ Dieser Kreativansatz lässt sich auch auf andere Werbemittel adaptieren

## 8. Budget

Die bisherigen Aufwände von comm.care gmbh und 3null Grafik + Kommunikation in der Übersicht:

Task	Ausführung	Stunden	Ansatz CHF	Kosten CHF
<b>Erarbeitung Markenkonzept</b> inkl. Recherche und Positionierung	comm.care gmbh	16	150	2'400.00
<b>Logo-Entwicklung*</b> erste Vorschläge und Visualisierung	3null Grafik + Kommunikation			875.00
<b>Total brutto</b>				<b>3'275.00</b>
./. Neukundenrabatt 15%				491.25
<b>Total netto/netto exkl. MwSt.</b>				<b>2'783.75</b>
MwSt. 7.7%				214.35
<b>Total netto/netto inkl. MwSt.</b>				<b>2'998.10</b>

\*inkl. 2 – 3 Logovorschläge, Ausarbeitung und Reinzeichnung. Allfällige Anpassungen, Ergänzungen oder Korrekturen werden im Aufwand à CHF 90.00 pro Stunde verrechnet.

## 9. Kontrolle

### 9.1 Markenidentität

Anders als das Image stellt die Identität (Corporate Identity: Corporate Design, Corporate Behaviour, Corporate Communications) die Innensicht oder die gewünschte Wahrnehmung eines Unternehmens dar. Genau gleich verhält es sich auf Ebene Marke. Die Markenidentität entspricht also einer SOLL-Wahrnehmung und ist entsprechend nicht mess-, sondern lediglich planbar. Im Optimalfall ist sie mit dem Markenimage deckungsgleich.

### 9.2 Markenimage

Im Gegensatz zur Markenidentität (siehe 9.1) zeigt das Markenimage, eine Marke tatsächlich wahrgenommen wird (Aussenwirkung einer Marke) und ist geprägt von jeder Art der Interaktion zwischen Konsument und Marke. Es umfasst die visuellen Aspekte ebenso wie die immateriellen Aspekte, bspw. Vorstellungen, Meinungen, Assoziationen und Gefühle.

Ein starkes Markenimage schafft – ähnlich wie ein starkes Unternehmens-Image – Vertrauen und Glaubwürdigkeit, fördert die Markentreue und die Wiedererkennbarkeit resp. Markenerinnerung (im Gegensatz zu generischen Alternativen) und dient direkt der Beziehungspflege mit dem Kunden.

Die Wahrnehmung einer Marke, also das Markenimage, basiert nicht selten auf Assoziationen, die sich charakterisieren lassen:

- **Art:** Wird die Marke emotional oder kognitiv wahrgenommen?
- **Stärke:** Wie intensiv ist die Assoziation (positiv wie auch negativ)?
- **Anzahl:** Bestehen unterschiedliche und mehrere Assoziationen?
- **Repräsentation:** Auf welchen Eindrücken basieren die Assoziationen (verbal, nonverbal / olfaktorisch, visuell, akustisch, gustatorisch, haptisch)
- **Einzigartigkeit:** Unterscheiden sich die Assoziationen klar von den Mitbewerbern?
- **Richtung:** Sind die Assoziationen positiv oder negativ?
- **Relevanz:** Wie relevant sind die Assoziationen für die jeweilige Person?
- **Zugriffsfähigkeit:** Kann der Konsument die Assoziation einfach abrufen?

### 9.2 Markenbekanntheit

Der Markenbekanntheit kommt beim Kaufentscheid eine wesentliche Bedeutung zu. So kaufen drei von fünf Menschen lieber das Produkt einer Marke, die sie kennen, als von einer unbekannt Marke. Selbstverständlich gibt es diverse Möglichkeiten, die Markenbekanntheit zu steigern. Die wohl offensichtlichsten sind:

- Kommunikation (bspw. Werbung, Öffentlichkeitsarbeit)
- Häufige Kundenkontaktpunkte schaffen und diese attraktiv und aussagekräftig gestalten
- Leistungs- und Kundenversprechen einhalten, Weiterempfehlungsrate steigern

Die Messung der Markenbekanntheit liefert Ergebnisse zu den folgenden Ebenen:

- **Top of Mind:** Verankerung im Unterbewusstsein der Person, Erstnennung
- **Ungestützte Bekanntheit (Recall):** freie Nennung der Marke
- **Gestützte Bekanntheit (Recognition):** Marke wird nur nach Hilfestellung genannt

### 9.3 Markensympathie

Die Markensympathie drückt die Verbindung des Konsumenten mit der Marke aus und gilt somit als Verbindungsglied zwischen Markenimage und Markenbekanntheit. Besonders für ein Unternehmen mit vielen Mitbewerbern kann die Markensympathie entscheidend sein.

### 9.4 Zusammenfassung

Zusammengefasst können wir das Markenimage, die Markenbekanntheit und die Markensympathie als Markenwahrnehmung bezeichnen. Aus der Summe der o.g. Werte lässt sich der Markenwert ableiten. Entsprechend kann sich eine umfassende Betrachtung der Markenwahrnehmung (oder zumindest einiger Teilbereiche) mittelfristig durchaus auszahlen, denn Umfragen zur

Markenwahrnehmung helfen uns dabei, das Markenimage zu verstehen, Entwicklungspotenziale zu eruieren und die Fortschritte zu bewerten.

Einfache und kostengünstige Umfrage-Tools wie bspw. Survey Monkey bieten mit bereits vorgefertigten oder simpel adaptierbaren Vorlagen Hilfestellungen in diesem Bereich der Forschung.

## **8.5   Berichterstattung Medien**

# Das Tösstal soll zum Erlebnisraum werden

Eine Schatzsuche entlang den Landenberger Burgruinen. Ein Weg, auf dem man Klänge erzeugen kann. Und ein neuer Wasserspielplatz. Das sind nur drei Ideen, um das Tösstal für Wanderer, Familien und die einheimische Bevölkerung aufzuwerten.

**TÖSSTAL** Das Tösstal hat viel zu bieten. Erholungssuchende können zum Beispiel Wanderungen oder Velotouren unternehmen. Es sind aber auch noch weitere Aktivitäten möglich, etwa Begegnungen mit Zeitzeugen aus der Industrialisierung. Um diesen Schatz an Attraktionen besser sichtbar zu machen, hat sich eine Gruppe von Personen der Idee verschrieben, neue Besucherakzente zu setzen.

Das Tösstal soll dabei zum ganzheitlichen Erlebnisraum werden. Anlässlich einer Orientierung am Dienstagabend gab die Projektgruppe Erlebnisraum Tösstal Einblick in ihre Tätigkeit, die sie vor rund zwei Jahren aufgenommen hatte. Gekommen waren etwa 40 Interessierte, darunter diverse Behördenvertreter.

## «Abschied» vom Tössweg 91

Projektleiter Ueli Erb aus Wila führte aus, dass sich Vertreterinnen und Vertreter von Gemeinden, Vereinen und Kulturinstitutionen schon länger mit Möglichkeiten zur Erneuerung des Tösswegs 91 befasst haben. «Nun liegt ein ausgereifter Vorschlag zur Beschlussfassung vor.» Der Tössweg 91 umfasst rund 50 in die Jahre gekommene Informationstafeln. Das neue Projekt will diese nach Erkenntnissen der heutigen Zeit ersetzen und das Tösstal so für Besucherinnen und Besucher der Region attraktiver gestalten.

Mirjam Wüthrich von der Standortförderung Zürioberland ordnete das neue Projekt aus Sicht des Tourismus ein. «Das Projekt fokussiert sich auf das Tösstal als Naherholungsgebiet», führte sie aus. Es gehe darum, ein breites Angebot in den Themenbereichen Aktivitäten, Natur, regionaler Genuss sowie Industriekultur zur Verfügung zu stellen. Bedeutend sei bei der Weiterentwicklung des Tourismus im Tösstal, dass die Besucherinnen und Besucher verkehrsmässig richtig gelenkt würden. Eine gut ausgebaute Infrastruktur garantiere, dass keine Überstrapazierung der Landschaft resultiere.

## Fokus auf das Thema Wasser

Philipp Berweger vertrat die Firma Erlebnisplan AG, die das Projekt begleitet. Er orientierte, dass in der bisherigen Arbeit vier verschiedene Begehungen durch-



Spannende Töss: Entlang dem Fluss sollen interaktive Pfade entstehen. Dieser Erlebnisraum Tösstal beinhaltet 18 Module für Kinder und Erwachsene.



Foto/Visualisierungen: PD

geführt worden sind. «Dabei ging es darum, möglichst viele Informationen über das Tösstal zu sammeln, um danach mögliche Motive für Module und Stationen herauszuarbeiten», sagte er. Mit dem neu auszugestaltenden Erlebnisraum Tösstal wolle man nicht die grossen Massen anziehen, sondern einen «sanften Tourismus» fördern. Die Projektgruppe hat sich diesbezüglich auch entsprechende Leitsätze auferlegt.

Absicht ist, auf dem rund 60 Kilometer langen Wegnetz im Grossraum der Töss Module zu verschiedenen Themenbereichen umzusetzen. Diese Formate hätten zumeist Wasser als zentrales Thema. Die Erlebnisdichte kann gemäss der Projektgruppe noch gesteigert werden, indem Besucherinnen und Besucher das Velo nutzen. Beim Turbinenhaus Kollbrunn ist beispielsweise geplant, dass Kinder spielerisch mehr zu den Themen Wasserkraft und Industrialisierung erfahren und selber auch Knöpfe bedienen können. Und

bei demjenigen in Turbenthal soll ein Treffpunkt entstehen, von wo aus man das Kanalsystem im Ort erkunden kann.

Ebenso ist ein attraktiver «Natur- und Genussweg Tösstal» angedacht. Dieser würde entlang der lokalen Gastronomie und den Hofläden führen.

## Nun die Geldbeschaffung

Die Projektgruppe rechnet bei der Umsetzung von allen 18 bisher geplanten Modulen mit einem Gesamtaufwand von rund

4 Millionen Franken. Simon Mösch ist verantwortlich für die Finanzen. Er erklärte, dass es in der nächsten Phase darum geht, die Gemeinden um je einen Sockelbeitrag von 25 000 Franken anzufragen. Er wies darauf hin, dass nicht jedes Modul alle Töss-taler Gemeinden betrifft. Deshalb gelte es, beim Verteilschlüssel der Kosten zu differenzieren. «Unser Fokus bleibt, dass die Realisierungskosten zu rund zwei Dritteln durch Dritte abgedeckt werden», betonte er. Zum

Beispiel soll auch der Lotteriefonds um Geld angefragt werden.

Erlebnisraum Tösstal sammelt nun die Rückmeldungen aus den Gemeinden. «Nach der Auswertung dieser Kommentare und dem Grundsatzentscheid einer Gemeinde für eine Kostengutsprache können wir dann in die nächste Runde gehen», sagte Ueli Erb. Die Gemeinden Zell, Turbenthal, Wila, Wald, Bauma, Fischenthal, Wildberg und eventuell die Stadt Winterthur würden die Trägerschaft des Pro-

jekts bilden, war auf einer Folie zu lesen.

Eine Umsetzung ist ab Frühling 2024 denkbar. Im letzten Sommer war noch die Idee, vier Themenwege zu realisieren. «Doch da hätte zu viel gewandert werden müssen», erklärte Ueli Erb. Die Hauptziele bleiben aber auch beim neuen Projekt dieselben. Im Zentrum steht, das Wir-Gefühl der Einheimischen zu stärken und einen Mehrwert für das Tösstal zu schaffen.

Marcel Vollenweider

## ERLEBNISRAUM MIT LEITFIGUR TOSSA

Der Erlebnisraum Tösstal ist modular aufgebaut. Alle geplanten Wege sind Module: beispielsweise der Genussweg oder der Erlebnisweg Wasserkraft, der von Wila bis Sennhof führen würde und mit dem Velo befahren werden könnte. Oberhalb von Wald ist der Plättliweg, auf diesem könnten Kinder und Erwachsene beim Laufen Klänge

erzeugen. Beim Erlebnisweg «Landenberger Burgruinen» ist eine Schatzsuche entlang den drei Burgruinen angedacht.

Als weiteres Modul gibt es wiederkehrende Treffpunkte zwischen Wald und Sennhof. Einer von diesen ist auf dem Platz des Sticki Kaffees in Turbenthal angedacht. Daneben befindet sich gleich das Turbinenhaus.

Bei der Badi Neuguet ist ein neuer Wasserspielplatz geplant.

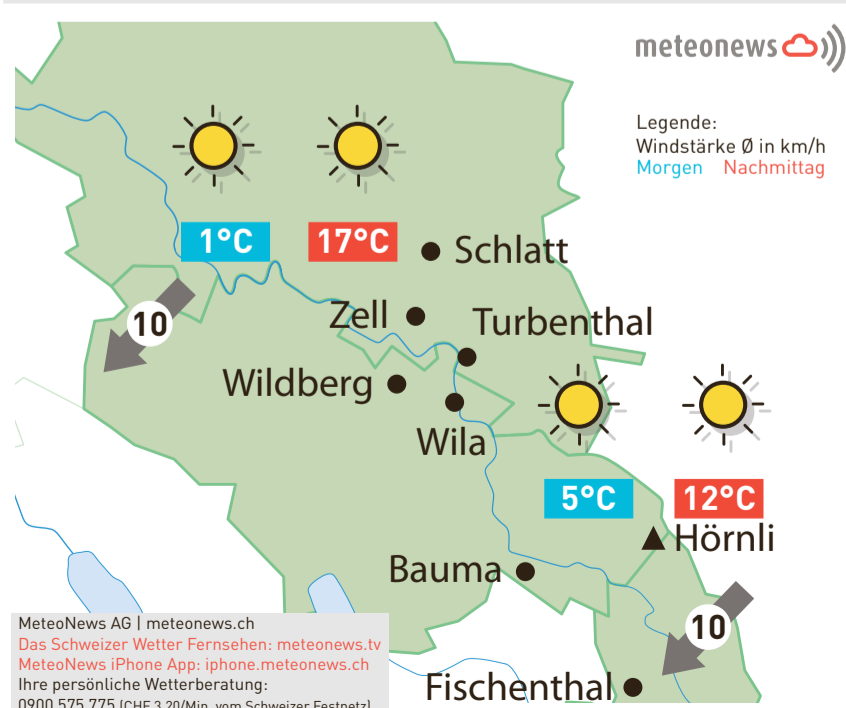
Ein Modul umfasst eine Identifikationsfigur, die einem im ganzen Erlebnisraum begegnet. Diese könnte Tossa heissen. Sie ist ein Wassergeist, der wie die Töss verschiedene Gemütszustände hat: ruhelos und neugierig, trotzend, abenteuerlustig oder traurig. *may/hug*



So könnte Tossa aussehen.

## AKTUELLES WETTER IM TÖSSTAL

### WETTER HEUTE



### Biowetter / Schadstoffe

Herz/Kreislauf	2
Kopfschmerzen	1
Rheuma	2
Feinstaub	3
Ozon	3
Stickoxide	3

Beschwerden- und Belastungs-Skala: 1 keine, 2 leichte, 3 mässige, 4 starke, 5 akute

### Sonne / Mond

Sonne	06:19	18:45	Vollmond: 16.04.2022
Mond	02:39	10:31	Neumond: 01.04.2022

### Bauernregel

Hat's in Marienacht gefroren, werden noch vierzig Fröste geboren.

### AUSSICHTEN

	SA	SO	MO	DI
Tösstal (rund 600 m ü. M.)	2°C / 17°C	2°C / 18°C	3°C / 18°C	4°C / 16°C
Hörnli	5°C / 13°C	6°C / 14°C	7°C / 14°C	6°C / 13°C

### ANZEIGE

Wir engagieren uns für eine belebte Bergwelt.  
[berghilfe.ch](http://berghilfe.ch)



Der Sözhthaler ist auch online  
[www.zueriost.ch](http://www.zueriost.ch)

# Diese Attraktionen sollen das Tösstal zum Erlebnis machen

**Neues Tourismusprojekt lanciert** Eine Projektgruppe hat diese Woche Ideen für neue Ausflugsziele präsentiert. Darunter sind auch überraschende Vorschläge. Eine Auswahl.



Ein Wanderer geniesst im Hörnli-Berggebiet die Aussicht. Mit dem Projekt Erlebnisraum sollen weitere Vorzüge der Region herausgehoben werden. Foto: Johanna Bossart

## Rafael Rohner

Das Tösstal ist bei Ausflüglern beliebt. Wilde Wälder, lauschige Bäche und alte Fabrikbauten locken in die Region. Zusatzinformationen für Touristen fehlen allerdings weitgehend oder sind längst in die Jahre gekommen, so etwa der Tössweg 91. Das soll sich mit dem «Erlebnisraum Tösstal» ändern. Unter den 18 Vorschlägen für neue Angebote finden sich bekanntere Ausflugsziele wie Burgruinen oder die Dampfbahn in Bauma, aber auch überraschende Ziele und neue Angebote.

### 1 Wasserspielplatz Schwimmbad Neuguet in Turbenthal

Beim Schwimmbad Neuguet direkt an der Töss schlägt die Projektgruppe einen neuen Wasserspielplatz vor. Kinder sollen sich dort an Fontänen, Brunnen oder Stausystemen vergnügen. Ziel ist es, Passanten und Ausflügler auf das Freibad aufmerksam zu machen, um sie als potenzielle Gäste zu akquirieren. Den Schwimmbadbetreibern käme das bestimmt gelegen. Sie wollen sich seit längerem als Familienbadi positionieren.

Sehr konkret sind die Pläne allerdings noch nicht. Und ein Knackpunkt sind die Kosten, die inklusive Projektierung grob auf rund 430'000 Franken geschätzt werden. Selbst wenn wie erhofft zwei Drittel der Realisierungskosten durch Dritte übernommen würden (Stiftungen, Kanton

usw.), müsste allein Turbenthal rund 125'000 Franken bezahlen, Wila 50'000 Franken und Wildberg 25'000 Franken.

### 2 Chämmerlibach in Bauma

Der Chämmerlibach gurgelt durch ein abgelegenes Tobel bei Bauma. Das versteckte Kleinod eigne sich als Genusssort, wo man der Kraft der Natur näher komme, heisst es im Konzept. Mit sanften Massnahmen könnten bereits vorhandene Wege. So werden etwa Sitz- und Liegeplattformen vorgeschlagen oder auch Aussichtsplattformen, die den Blick auf «teils spektakuläre Giessen» ermöglichen würden. Denkbar wäre laut Konzept auch das Aufgreifen von regionalen Geschichten, Mythen oder Sagen.

Die geschätzten Kosten dafür: rund 190'000 Franken. Ein Nachteil sei, dass bis zum Tal eine längere unspektakuläre Strecke zurückgelegt werden müsste. Zudem sei das Tal schattig und eigne sich vor allem in der heissen Sommerzeit für den Aufenthalt.

### 3 Der Plättli- und der Brügglweg in Wald

Bei Wald schlägt die Projektgruppe gleich zwei neue Themenwege vor, den Plättliweg und den Brügglweg. Beide führen über bereits vorhandene Wege. Der Brügglweg schlängelt sich durch das Sagenraintobel und wechselt dabei immer wieder die Seite des Bachlaufs. Um ein zusätzliches Erlebnis zu schaf-

fen, wird nun vorgeschlagen, auf Schildern das Thema Brücken aufzugreifen. Zum Beispiel indem technische Eigenschaften oder philosophische Ansätze (Brücke als Verbindung) angesprochen werden. Die Kosten werden auf 124'000 Franken geschätzt.

Ganz in der Nähe liegt der Plättliweg, der auf einem historischen Kanal verläuft, der mit Platten überdeckt ist. Diese Platten verursachen Geräusche, wenn man sie betritt. Diese Eigenschaften sollen für ein Klangerlebnis genutzt werden. Zum Beispiel könnten Wasserflöten oder eine Wassertrommel installiert werden, um innezuhalten und gemeinsam zu musizieren. Kosten: 258'000 Franken.

### 4 Das Kanalerlebnis in Kollbrunn

Zur Attraktion könnte auch ein Wasserkanal in Kollbrunn werden. Dieser fliesst langsam vom Schöntal in die Auen und dort in ein Turbinenhaus. Ein offizieller Weg übt eine grosse Faszination aus», heisst es im Konzept. Früher sei der Kanal für die Textilindustrie genutzt worden, heute für die Stromproduktion. Mit verschiedenen Kunstinstallationen könnte man Bezüge zur damaligen Industrie herstellen. Für dieses Projekt wird mit Kosten von rund 310'000 Franken gerechnet.

### 5 Wer steckt hinter den Ideen?

Die von den Behörden eingesetzte Projektgruppe unter der Leitung von Ueli Erb aus Wila hatte den Auftrag, den Tössweg 91 zu erneuern. Zur Projektleitung gehören Simon Mösch (Finanzen) und Michael Hutzli (Kommunikation). Sie haben sich dagegen entschieden, «nur» den Tössweg zu erneuern, und legen ein viel umfassendes Projekt vor, den «Erlebnisraum Tösstal». Die Idee dahinter: An verschiedenen Orten sollen neue Angebote unter dem gleichen Label entstehen und so das Wirgefühl im Tal stärken und gleichzeitig den sanften Tourismus ankurbeln. Verbindendes Element ist das Wasser. Fachlich begleitet wurde der Prozess von der Erlebnisplan AG aus Luzern. Am Dienstag präsentierten die Verantwortlichen das über 100-seitige Konzept vor eingeladenen Behörden und Funktionären.

Sämtliche bestehende Themenwege im Tösstal, so etwa der Jakob-Stutz-Weg oder der Fredy-Fratzel-Weg, sollen übrigens auf geeignete Art und Weise in den Erlebnisraum eingebunden werden. So könnte man bei den geplanten Ausgangspunkten auf diese Themenwege hinweisen.

### 6 Wer finanziert das Projekt?

Finanziert wurde die bisherige Arbeit für das neue Konzept aus einem Fördertopf des Bundes, der sogenannten Neuen Regionalpolitik (NRP). Mit diesem Programm werden strukturschwache

Regionen unterstützt. Zuständig für die Umsetzung ist im Zürcher Oberland seit diesem Jahr der neu gegründete Verein Standortförderung Zürioberland mit Sitz in Bauma (vormalig Pro Zürcher Berggebiet). Für den «Erlebnisraum» beträgt das bisher gesprochene Budget laut Ueli Erb 40'000 Franken.

Wobei das Konzept der Erlebnisplan AG allein rund 33'000 Franken kostete. Den Rest habe man für zahlreiche Begehungen, Workshops und Informationen sowie für eine bescheidene Entschädigung für die Projektleitung aufgewendet.

Das Resultat ist ein Entwicklungskonzept Tösswege mit 18 Teilprojekten (Modulen), die in einer Art Baukastensystem von den betroffenen Gemeinden umgesetzt werden können – oder auch nicht. Finanziert würden die einzelnen Module, die insgesamt circa 4 Millionen Franken kosten würden, zu einem grossen Teil von den betroffenen Gemeinden selber, aufgeschlüsselt nach ihrer Einwohnerzahl. Voraussetzung ist eine grundsätzliche Zustimmung der Tössstaler Gemeinden zum Projekt und ein damit verbundener Startbeitrag von 25'000 Franken.

Die Projektverantwortlichen gehen davon aus, dass für die Realisierungsphase zusätzliche Geldgeber aufgetrieben werden könnten, die bis zu zwei Drittel dieser Kosten übernehmen würden, so etwa die Stadt Winterthur, der Kanton oder Stiftungen.

## Gemeinde trägt finanzielle Verluste bei erneuter Absage

«Dorfet» Neftenbach Achterbahnen, Autoscooter und Action aller Art – über das Auffahrtswochenende vom 27. bis am 29. Mai soll in Neftenbach nach einer mehrjährigen Pause wieder «Dorfet» gefeiert werden. Dies, nachdem das traditionelle Dorffest im letzten Jahr aufgrund der Pandemie abgesagt werden musste.

Toni De Cesaris leitet das Organisationskomitee und ist zuversichtlich, dass es dieses Jahr klappt mit der Durchführung. «Dass der Bundesrat jetzt wieder den Riegel vorschiebt, halte ich für ausgesprochen unwahrscheinlich.»

### Gemeinde übernimmt 80 Prozent des Defizits

Sollte es dennoch anders kommen, sind die Organisatoren sowie die Vereine, die sich an der «Dorfet» beteiligen, zumindest finanziell abgesichert. Wie der Neftenbacher Gemeinderat in einer Mitteilung schreibt, übernimmt die Gemeinde 80 Prozent des ausgewiesenen Defizits, sollte der Anlass auf bundesrätliche oder regierungsrätliche Anordnung infolge der Corona-Pandemie abgesagt werden.

Der Bund habe die Einschränkungen zwar vor einigen Wochen gelockert, es bestehe jedoch weiterhin latent die Gefahr, dass bei einer erneuten Verschlechterung der Situation wieder Massnahmen erlassen würden und die «Dorfet» erneut abgesagt werden müsse, schreibt der Gemeinderat. Bei einer Absage sei der Schaden für die Vereine und die Organisatoren «extrem gross».

Vereine müssten in diesem Fall «noch tiefer in die Tasche greifen» oder seien mit Existenzproblemen konfrontiert. «Das würde auch die Gemeinde Neftenbach sowie die Einwohnerinnen und Einwohner spüren, welche das breit gefächerte Vereinsangebot sehr schätzt.»

De Cesaris hatte die Gemeinde im Namen des OKs und der Vereine um eine allfällige Übernahme des Defizits bei einer Absage gebeten. Trotz aller Zuversicht ist er erleichtert über den Entscheid des Gemeinderats. «Eine kurzfristige Absage ohne die Defizitgarantie hätte das Ende der «Dorfet» bedeutet», sagt er. «Wir hätten uns eine weitere Durchführung in diesem Fall definitiv nicht mehr leisten können.»

### Deutlich mehr Besucher erwartet

Während man sich im letzten Jahr frühzeitig gegen eine Durchführung entschieden und so die Ausgaben tief halten konnte, habe das OK in diesem Jahr stets darauf gehofft, dass die Dorfet stattfinden könne. «Wir befinden uns inmitten der Vorbereitungen und haben bereits sehr viel investiert.» Eine genaue Angabe zu den Ausgaben könne er zum jetzigen Zeitpunkt nicht machen.

Optimistisch ist De Cesaris nicht nur in Bezug auf die Durchführung, sondern auch auf die Besucherzahl. Er rechnet in diesem Jahr mit rund 15'000 bis 20'000 und damit deutlich mehr Besuchern und Besucherinnen als bei den letzten Malen. «In der Region ist die Neftenbacher «Dorfet» das erste grosse Fest seit Ausbruch der Pandemie. Die Leute sind hungrig, die Lust, zu feiern, ist gross.»

Fabienne Grimm

# Das Tösstal soll zum Erlebnisraum werden

**Region** Eine Schatzsuche, ein Weg, auf dem man Klänge erzeugen kann und ein neuer Wasserspielplatz. Das sind nur drei Ideen, um das Tösstal für Wanderer, Familien und die einheimische Bevölkerung aufzuwerten.



Spannende Töss: Entlang dem Fluss sollen interaktive Pfade entstehen. Dieser Erlebnisraum Tösstal beinhaltet 18 Module für Kinder und Erwachsene. Foto/Visualisierungen: PD

## Marcel Vollenweider

Das Tösstal hat viel zu bieten. Erholungssuchende können zum Beispiel Wanderungen oder Velotouren unternehmen. Es sind aber auch noch weitere Aktivitäten möglich, etwa Begegnungen mit Zeitzeugen aus der Industrialisierung. Um diesen Schatz an Attraktionen besser sichtbar zu machen, hat sich eine Gruppe von Personen der Idee verschrieben, neue Besucherakzente zu setzen.

Das Tösstal soll dabei zum ganzheitlichen Erlebnisraum werden. Anlässlich einer Orientierung am Dienstagabend gab die Projektgruppe Erlebnisraum Tösstal Einblick in ihre Tätigkeit, die sie vor rund zwei Jahren aufgenommen hatte. Gekommen waren etwa 40 Interessierte, darunter diverse Behördenvertreter.

### «Abschied» vom Tössweg 91

Projektleiter Ueli Erb aus Wila führte aus, dass sich Vertreterinnen und Vertreter von Gemeinden, Vereinen und Kulturinstitutionen schon länger mit Möglichkeiten zur Erneuerung des Tösswegs 91 befasst haben. «Nun liegt ein ausgereifter Vorschlag zur Beschlussfassung vor.» Der Tössweg 91 umfasst rund 50 in die Jahre gekommene Informationstafeln. Das neue Projekt will diese nach Erkenntnissen der heutigen Zeit ersetzen und das Tösstal so für Besucherinnen und Besucher der Region attraktiver gestalten.

Mirjam Wüthrich von der Standortförderung Zürioberland ordnete das neue Projekt aus Sicht des Tourismus ein. «Das Projekt fokussiert sich auf das Tösstal als Naherholungsgebiet», führte sie aus. Es gehe darum,

## «Das Projekt fokussiert sich auf das Tösstal als Naherholungsgebiet.»

Mirjam Wüthrich  
Standortförderung Zürioberland

ein breites Angebot in den Themenbereichen Aktivitäten, Natur, regionaler Genuss sowie Industriekultur zur Verfügung zu stellen. Bedeutend sei bei der Weiterentwicklung des Tourismus im Tösstal, dass die Besucherinnen und Besucher der Verkehrswege richtig gelenkt würden. Eine gut ausgebaute Infrastruktur garantiere, dass keine Überstrapazierung der Landschaft resultiere.

### Fokus auf das Wasser

Philipp Berweger vertrat die Firma Erlebnisplan AG, die das Projekt begleitet. Er orientierte, dass in der bisherigen Arbeit vier verschiedene Begehungen durchgeführt worden sind. «Dabei ging es darum, möglichst viele Informationen über das Tösstal zu sammeln, um danach mögliche Motive für Module und Stationen herauszuarbeiten», sagte er. Mit dem neu auszugestaltenden Erlebnisraum Tösstal wolle man nicht die grossen Massen anziehen, sondern einen «sanften Tourismus» fördern. Die Projektgruppe hat sich diesbezüglich auch entsprechende Leitsätze auferlegt.

Absicht ist, auf dem rund 60 Kilometer langen Wegnetz im

Grossraum der Töss Module zu verschiedenen Themenbereichen umzusetzen. Diese Formate hätten zumeist Wasser als zentrales Thema. Die Erlebnisdichte kann gemäss der Projektgruppe noch gesteigert werden, indem Besucherinnen und Besucher das Velo nutzen. Beim Turbinenhaus Kollbrunn ist beispielsweise geplant, dass Kinder spielerisch mehr zu den Themen Wasserkraft und Industrialisierung erfahren und selber auch Knöpfe bedienen können. Und bei demjenigen in Turbenthal soll ein Treffpunkt entstehen, von wo aus man das Kanalsystem im Ort erkunden kann. Ebenso ist ein attraktiver «Natur- und Genussweg Tösstal» angedacht. Dieser würde entlang der lokalen Gastronomie und den Hofläden führen.

### Nun die Geldbeschaffung

Die Projektgruppe rechnet bei der Umsetzung von allen 18 bisher geplanten Modulen mit einem Gesamtaufwand von rund 4 Millionen Franken. Simon Mösch ist verantwortlich für die Finanzen. Er erklärte, dass es in der nächsten Phase darum geht, die Gemeinden um je einen Sockelbeitrag von 25 000 Franken anzufragen. Er wies darauf hin,

dass nicht jedes Modul alle Töss-taler Gemeinden betrifft. Deshalb gelte es, beim Verteilschlüssel der Kosten zu differenzieren. «Unser Fokus bleibt, dass die Realisierungskosten zu rund zwei Dritteln durch Dritte abgedeckt werden», betonte er. Zum Beispiel soll auch der Lotteriefonds um Geld angefragt werden.

Erlebnisraum Tösstal sammelt nun die Rückmeldungen aus den Gemeinden. «Nach der Auswertung dieser Kommentare und dem Grundsatzentscheid einer Gemeinde für eine Kostengutsprache können wir dann in die nächste Runde gehen», sagte Ueli Erb. Die Gemeinden Zell, Turbenthal, Wila, Wald, Bauma, Fischenthal, Wildberg und eventuell die Stadt Winterthur würden die Trägerschaft des Projekts bilden, war auf einer Folie zu lesen.

Eine Umsetzung ist ab Frühling 2024 denkbar. Im letzten Sommer war noch die Idee, vier Themenwege zu realisieren. «Doch da hätte zu viel gewandert werden müssen», erklärte Ueli Erb. Die Hauptziele bleiben aber auch beim neuen Projekt dieselben. Im Zentrum steht, das Wir-Gefühl der Einheimischen zu stärken und einen Mehrwert für das Tösstal zu schaffen.

## Erlebnisraum mit Leitfigur Tossa

Der Erlebnisraum Tösstal ist modular aufgebaut. Alle geplanten Wege sind Module: beispielsweise der Genussweg oder der Erlebnisweg Wasserkraft, der von Wila bis Sennhof führen würde und mit dem Velo befahren werden könnte. Oberhalb von Wald ist der Plättliweg, auf diesem könnten Kinder und Erwachsene beim Laufen Klänge erzeugen. Beim

Erlebnisweg «Landenberger Burgruinen» ist eine Schatzsuche entlang den drei Burgruinen angedacht. Als weiteres Modul gibt es wiederkehrende Treffpunkte zwischen Wald und Sennhof. Einer von diesen ist auf dem Platz des Sticki Kaffees in Turbenthal angedacht. Daneben befindet sich gleich das Turbinenhaus. Bei der Badi

Neuguet ist ein neuer Wasserspielplatz geplant. Ein Modul umfasst eine Identifikationsfigur, die einem im ganzen Erlebnisraum begegnet. Diese könnte Tossa heissen. Sie ist ein Wassergeist, der wie die Töss verschiedene Gemütszustände hat: ruhelos und neugierig, trotzend, abenteuerlustig oder traurig. (mav/hug)



So könnte Tossa aussehen.

## Schlüsselübergabe für Garderobe Barzloo

**Pfäffikon** Anfang Mai 2021 wurde beim Sportplatz Barzloo der Spatenstich für den Ersatzneubau des Garderobengebäudes gefeiert. Knapp ein Jahr später erfolgte die Übergabe des Schlüssels von Liegenschaftsvorsteherin Rajka Frei an Max Hächler, den Präsidenten des FC Pfäffikon.

Frei bedankte sich vor der Übergabe bei allen Beteiligten für die gute Zusammenarbeit. Auch Hächler beteuerte seine Begeisterung mit den beiden Worten «Freude und Dankbarkeit». Freude, dass der Fussballclub das Garderobengebäude pünktlich auf den anstehenden Rückrundentart beziehen darf, sowie grosse Dankbarkeit gegenüber allen Personen, die einen Beitrag an das Projekt leisteten und diesem an der Urne zustimmten.

### Eröffnungsfest im Juni

Ursprünglich war geplant, dass das Garderobengebäude im Februar 2022 bezogen werden kann. Wegen Lieferverzögerungen verzögerte sich die Fertigstellung des Gebäudes. Ansonsten verliefen die Arbeiten ohne ausserordentliche Probleme. Der Abschluss der Umgebungsarbeiten erfolgt bis Ende April.

Das Eröffnungsfest für das Garderobengebäude findet am 26. Juni beim Sportplatz Barzloo statt. Die Bevölkerung wird frühzeitig über das Programm informiert. (zo)

## Co-Working Space sucht Interessierte für Mitgestaltung

**Gossau** In Gossau wohnen und arbeiten – an einem topmodern eingerichteten Arbeitsplatz in Gehdistanz. Das will die Gemeinde mit der Community Office GmbH durch ein modernes Gemeinschaftsbüro ermöglichen.

Im Anschluss an den Informations- und Austauschabend vom 19. Januar hat sich nun bereits eine Projektgruppe gebildet, die gern am Projekt mitarbeiten möchte. Um diese Gruppe zu erweitern, sucht die Gemeinde noch weitere Personen. (erh)

**Bei Interesse oder Fragen** melden Sie sich bei Matthias Graf, stv. Gemeindeschreiber, E-Mail matthias.graf@gossau-zh.ch.

ANZEIGE

FREIES GYMNASIUM ZÜRICH  
gegründet 1888

## Kurzgymnasium als Ziel?

Unsere progymnasiale 9. Klasse bereitet motivierte Schülerinnen und Schüler in familiärer Atmosphäre auf die Anforderungen des Gymnasiums und die Aufnahmeprüfung vor.

Wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme unter 043 456 77 77.

The monolingual and bilingual way at FGZ

www.fgz.ch



## **8.6    Protokolle Projektleitung**

## Aktennotiz

Projekt:	Tössweg
Betreff:	1. Arbeitssitzung Spurgruppe
Ziel:	Projektorganisation steht, Vorgehen für nächste Schritte sind geklärt
Datum /Zeit:	Freitag, 30.10.2020, 13:30 – 15:30 Uhr
Ort:	Riedhus, Riedweg 7, 8332 Russikon
Teilnehmende:	Christa Romer Natalie Humm Theo Gujer Daniel Gasser Ueli Erb
Entschuldigt:	--
Verteiler:	Teilnehmende, Hans Peter Meier
Verfasser/in:	Nathalie Humm
Beilage/n:	VG Plan aktualisiert

Traktandum	Wer
1. Begrüssung / Einstieg a. Vorstellungsrunde: gegenseitiges Kennenlernen	
2. Projektorganisation a. Leistungsvereinbarung mit Regionalmanagement Projektorganisation: noch unklar. Leistungsvereinbarung zwischen Regionalmanagement und Arbeitsgruppe Kulturwege bzgl. Kulturwege vorhanden, jedoch nicht spezifisch für Tössweg, nur allgemein Stunden für Unterstützung Projekt «Kulturwege» durch Regionalmanagement budgetiert. Leistungsauftrag für Kulturwege → Auftragnehmer: Theo Gujer (Nachfolge Max Trachsler), Ziel war es, eine ganzheitliche Bestandesaufnahme der Kulturwege im Zürcher Oberland zu machen. Daraus Auftrag entstanden, Wege mal anzuschauen für Erneuerungen, Ideen für neue Wege. Gibt Masterplan, wo einige Ideen formuliert wurden. Ziel: interessante Wege für Bevölkerung anbieten zu können. Leistungsauftrag zwischen GGBP Gemeinnützige Gesellschaft Bezirk Pfäffikon (Trägerschaft Jakob-Stutz-Weg) und Zürioberland Kultur bzgl. Jakob-Stutz-Weg vorhanden. Es bräuchte für das Projekt Tössweg einen separaten Leistungsauftrag zwischen Trägerschaft und Zürioberland Kultur. TG: Projektüberblick von Hans Thalmann, entstanden aufgrund Industrielandschaft, um Bestandesaufnahme zu machen von Kulturgütern (Kultur-Auslegeordnung). Arbeit der HSR: Industrielandschaft miteinander entwickeln, nicht alle Gemeinden einzeln. Weg als Grundstein für Zusammengehörigkeit. Max Trachsler (MT) wollte es vorantreiben, Gemeinden wurden angefragt, kaum Rückmeldungen erhalten. MT hat letztes Jahr Projekt an Versammlung der Geimeindepräsidenten vorgestellt und aufgefordert Leute zu	

nennen, die interessiert sind an diesem Projekt mitzuarbeiten. Daraus ist die Spurgruppe entstanden.

b. Aufgaben und Organisation Spurgruppe

Mögliche Aufteilung der Aufgaben innerhalb der Spurgruppe:

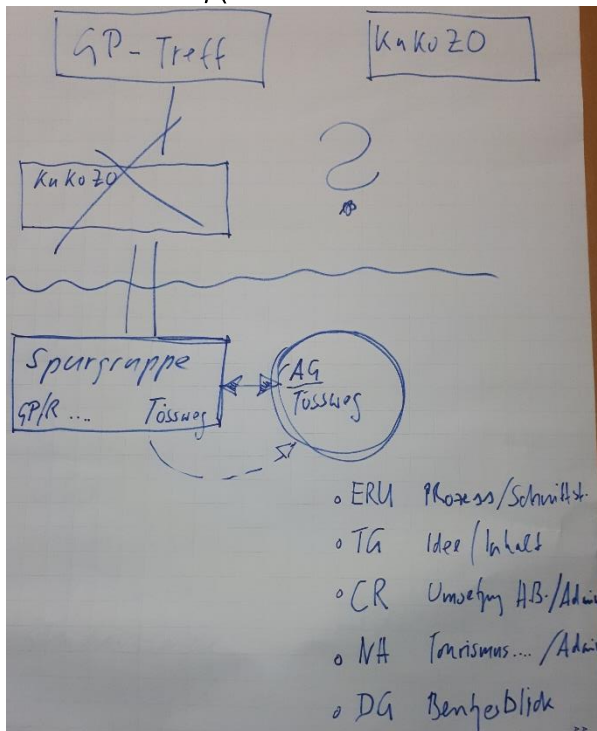
ERU: Prozess steuern, Org. Aufgaben, Netzwerk-Aufgaben, Schnittstelle

TG: Ideen einbringen, unterstützen, Hüter Handbuch, Inhalt

NH: Tourismus / Marketing, Administration

CR: Administration, Umsetzung Handbuch

DG: Benutzerblick, (interessiert mich das z.B. als Wanderer? Markt vorhanden? Bedürfnisse?)



NH

c. Aktenstandort Bauma

Aktenstandort Bauma hat sich bewährt. Dropbox: aktuell kein Thema.

d. Adresslisten

Adressliste folgt an nächster Sitzung, Daten von Daniel Gasser für die Liste erhalten.

e. Entschädigung

Entschädigung von RZO vorgegeben, Projektleitung CHF 1000.- pro Jahr / andere Mitglieder Arbeitsgruppe CHF 500.- pro Jahr. NH klärt mit RZO ab: neue Arbeitsgruppe Tössweg, Entschädigung?

3. Durchsicht und Verabschiedung Vorgehensplan Phase 1 (Beilage)

a. Grundlagen Tössweg 91: zentral, noch verfügbar? Inhalt könnte weiterverwendet werden. Gerücht: pens. Gemeindegemeinschafter Bähler hat noch Unterlagen? Karte im Internet mit Punkten vorhanden, abgespeckte Version. Unterlagen im Gemeindearchiv Bauma eingelagert, stimmt das? ERU geht dem nach, Recherche Grundlagen-Dokumente.

ERU

b. Konzepte Via Stora: alles im Ordner, mehr haben wir nicht. Cornel Doswald anfragen, hat sicher Unterlagen. Christa Romer übernimmt das Anfragen für Unterlagen.

ChR

c. Workshop 2016: Wila, Schulhaus Eichhalde: Unterlagen im Ordner. ChzR organisiert Adressliste.

ChR

d. Handbuch: DG und ERU studierten Handbuch. Kulturweg → Lehrpfad, zu einschneidend. Kulturweg vs Themenweg: Handbuch für Themenwege passender. TG: Ziel: zeigen, was mal war. Entwicklung heute, was könnte noch werden? Kultur: von Menschen geschaffen etwas anderes als Geologie, Natur etc. → daher kommt Abgrenzung, Auftrag Kulturkommission. Verwandt mit Themenwegen, nicht ausgeschlossen nur aufgrund Abgrenzung. Inhalt Weg: Thema Kultur wäre Ziel, anderes wie Natur soll auch Platz haben. Definition für den Moment offenlassen.

#### 4. Brainstorming Tössweg

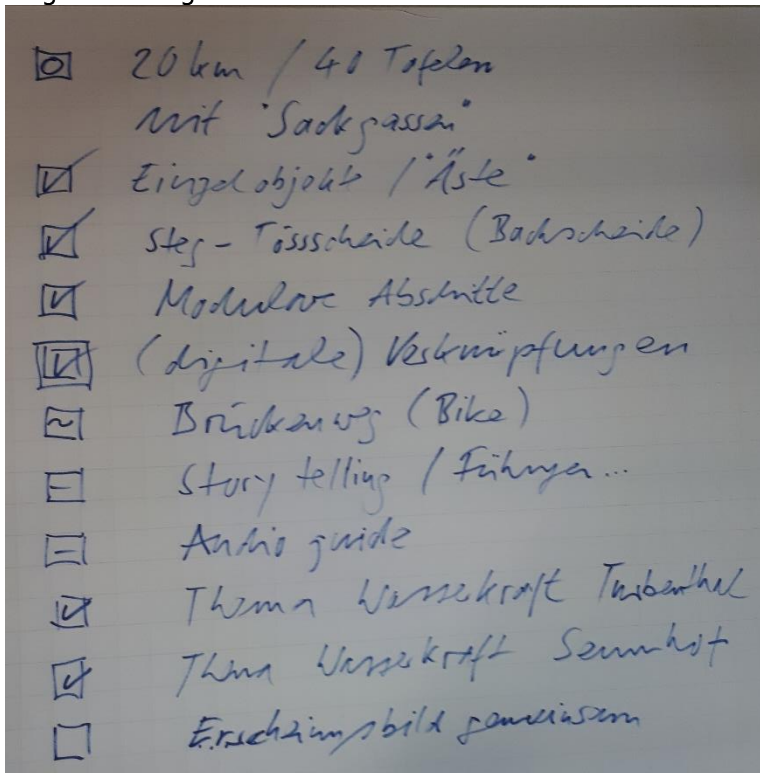
##### a. Zielpublikum (siehe auch Pt. 3..4. Handbuch)

- Jugendliche
  - Einzelwanderer / alt / jung 50+
  - Gruppenwanderer
  - Familien
  - 50+
  - Pers. mit Handicap
  - Firmen
  - Gruppen / Vereine
  - Velofahrer / Biker
  - Hündler
  - Reiter
  - u 50
  - Primarschulen
  - Sek. Schulen
  - Studierende
  - Tagesausflügler
  - Technik-Interessierte
  - Freunde an der Natur
  - Kulinarik
- schobch edgitt Fon 0948 724 624 schobchvoegt@ch

##### b. Ziele

- "weische wo!"
- "Erlebnis"
- "aktivität"
- "Mehrwert für Region"
- "Besucherlenkung"
- "Kultur Regionalisieren"
- "Bildung / Wissen nicht verliere ..."
- "Publikumsnähe"

c. Lösungsansätze  
Mögliche Lösungsansätze:



ERU: macht Arbeitspapier aus Unterlagen Sitzung / Thesen und Schlussfolgerungen aufstellen

	ERU
5. Verschiedenes	alle
6. Nächste Sitzung Freitag, 4. Dezember 2020, 14 - 16 Uhr, Riedhus Russikon (NH klärt Verfügbarkeit noch ab)	NH

Bauma, 30.10.2020

## Aktennotiz

Projekt:	<b>Projekt Tössweg - 2. Arbeitsgruppensitzung</b>
Ziel:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konsens im Arbeitspapier 01</li> <li>• Lösungsansätze konkretisieren</li> <li>• Restliche Arbeiten für Phasenabschluss und Reporting</li> </ul>
Datum /Zeit:	Freitag, 4. Dezember 2020, 14.00 – ca. 16.15 h
Ort:	Russikon, Gemeindehaus, Sitzungszimmer Gündisau 1. Stock
Teilnehmende:	Ueli Erb (ERU), Theo Gujer (TG), Christa Romer (CR), Daniel Gasser (DG), Nathalie Humm (NH)
Gast	-
Entschuldigt:	-
Verteiler:	An alle Teilnehmenden und Hans Peter Meier (HPM)
Verfasser/in:	Christa Romer
Beilage/n:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Projektüberblick Tössweg 2030</li> <li>• Vorgehensplan Tössweg 2018</li> <li>• Gemeindepräsidien Tösstal; Mitglieder Spurgruppe Tössweg</li> </ul>

Traktandum	Wer	Wann
<b>1. Begrüssung / Einstieg</b> ERU begrüsst zur Sitzung. NH wird die Sitzung um 15.00 h verlassen, so dass CR das Protokoll schreibt. NH wird im neuen Jahr in einem anderen Bereich im Regionalmanagement arbeiten; es wird aber noch eine Übergabe geben. Ziel dieser Sitzung: a) Konsens im Arbeitspapier 01 b) Lösungsansätze konkretisieren c) Restliche Arbeiten für Phasenabschluss und Reporting	ERU/ CR	
<b>2. Aktennotiz der 1. Arbeitssitzung vom 30.10.20</b> Keine Änderungen - das Protokoll vom 30.10.20 wird an NH verdankt		
<b>3. Durchsicht und Bearbeitung Arbeitspapier 01</b> ERU dankt für die wertvollen Rückmeldungen. Er hat das Arbeitspapier mittels Ampelsystem bearbeitet. Das Arbeitspapier dient als Kontrollpapier für die Thesenfindung / Thesenformulierung in den nächsten Arbeitsschritten, sowohl für die Spurgruppe als auch für die die zu bildenden Arbeitsgruppen.	alle	

<p>Einzelne Punkte des Arbeitspapiers werden besprochen (rote Punkte):</p> <p><b>Themenwege / Kulturwege (Kap.2):</b> Ein Themenweg umfasst alle Themen und schliesst einen Kulturweg nicht aus. Die Projektgruppe KuWeZO hat den Auftrag, das Kulturerbe des Zürcher Oberlandes in die Wege einzubringen.</p> <p><u>Fazit:</u> Man einigt sich, dass man im Arbeitspapier von Themenwegen spricht. Je nach Namensgebung des neuen Tössweges erscheint die Spezifizierung sowieso nicht im Namenstitel.</p> <p><b>Wasserlehrpfad Töss91 – wie weiter (Kap.4.16)</b> Der Weg wurde anlässlich der Feier 700 Jahre Eidgenossenschaft innert kürzester Zeit von einer Handvoll engagierter Personen des Tösstals, den Standortgemeinden und mit Unterstützung AWEL und Lions-Club erstellt. Involvierte Gemeinden gemäss Faltblatt 2001: Bauma, Turbenthal, Wila, Wildberg, Winterthur, Zell und Kanton Zürich. Es gibt keine Trägerschaft und auch die Gemeinden / Verkehrsvereine (wenn überhaupt vorhanden) fühlen sich nicht zuständig für den Unterhalt des Weges. Die 47 Tafeln von Sennhof bis Bauma (ca. 24 km) sind teilweise in einem bedauernswerten Zustand und es erfolgte das Anliegen an die Beauftragten der Zürcher Wanderwege, die Tafeln zu entfernen.</p> <p><u>Fazit:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Die Spurgruppe erachtet es als nicht zielführend, den alten Wasserlehrpfad Töss91 in gehabter Form zu erneuern, so dass die Tafeln entfernt werden sollten.</li> <li>Entlang der Töss hat es eine Vielzahl von Tafeln aller Art, nicht nur vom Töss91-Lehrpfad.</li> <li>Die Spurgruppe wird zu gegebener Zeit den Antrag an die Gemeinden stellen, den alten Weg zurückzubauen. Die Standortgemeinden sind für die Tafeln auf ihrem Territorium zuständig. Für die Kontakte zu den Gemeinden wird gerne auf die Unterstützung von Hans Peter Meier gezählt.</li> <li>Allenfalls kann der Zivilschutz Tösstal für den Rückbau einbezogen werden.</li> </ol> <p><b>Mögliche Themen (Kap.5)</b></p> <p><b>Auftrag der Spurgruppe</b> Mit dem Projekt Tössweg haben sich bereits viele Gremien befasst. Unsere Spurgruppe soll die Ausgangslage für einen Entscheid „Start zu einem neuen Tössweg“ der Gemeinderäte schaffen. Aufgrund der Machbarkeitsstudie mit entsprechendem Reporting an die Zuständigen wird definitiv entschieden, ob mit dem Projekt gestartet wird (mit Verpflichtungen), oder ob die Tösstal-Gemeinden offiziell auf einen neuen Tössweg verzichten.</p> <p><u>Fazit:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Die Spurgruppe arbeitet weiter gemäss Vorgehensplan.</li> <li>Ziel: Machbarkeitsstudie (konzeptionelle Projektskizze) mit verschiedenen Lösungsansätzen und Empfehlungen. In der Spurgruppe spricht man sich dafür aus, eher ein <u>Vorprojekt</u> zu präsentieren, möglichst auch mit Kostenschätzungen.</li> <li>Reporting / Auftraggeber: Normalerweise ist gemäss NH die RZO Auftraggeberin, welche über die KuKoZO (Hans Peter Meier) resp. deren PG KuWeZO (Theo Gujer) und Interessierten ein Projekt anstösst. Im Projektüberblick Tössweg 2030 (Stand 7.7.20) von Hans Thalman sind unter Punkt 8 und 9 sind die Interessierten sowie der Zweck definiert. Somit erfolgt das Reporting in einem grösseren Kreis.</li> <li>Am 2. Kulturtreffen Tösstal vom 14. April 2030, 16.00 – 19.00 h, in Turbenthal wird ERU ein Vorprojekt vorstellen. Dabei kommt es darauf an, dass die Zuständigen „gluschtig“ werden, es umzusetzen.</li> </ol>	<p>ERU/ HPM/ CR</p>	<p>ERU/ alle</p>
---	-----------------------------	----------------------

<p>e) Falls die Gemeinden einen anderen Vorschlag wünschen, wird diesem von der Spurgruppe möglichst entsprochen.</p> <p>f) Die Gemeinden beschliessen, das Projekt Tössweg umzusetzen mit ihren Abgeordneten und entsprechenden Kompetenzen. Die Spurgruppe wird die Abgeordneten und Interessierte (AWEL, Forst, Private) falls nötig nochmals vertieft informieren, auf das Handbuch hinweisen und ihre Unterstützung anbieten. Das ist dann der Projektabschluss von dieser Spurgruppe. Wünschenswert bleibt selbstverständlich, dass sich die Spurgruppen-Mitglieder weiter im Projekt einbringen.</p> <p>g) Zwingend nötig: Trägerschaften (z. Bsp. Vereine) bestimmen.</p> <p>h) Falls Corona diese Planung stoppt (Absage Kulturtreffen), ist eine Alternative auszuarbeiten.</p> <p><b>Auftrag der Trägerschaft/en und Arbeitsgruppe/n</b>      Unserer Arbeitsgruppe kommt die koordinative Aufgabe zu, den neuen Tössweg zu begleiten - je nach dem kann dies auch eine aktive Mitarbeit beinhalten. Wir müssen pfiffige und lässige Ideen präsentieren die modularartig von je einer <b>lokalen</b> Arbeitsgruppe umgesetzt werden können. Ideal für die Arbeitsgruppen sind Personen, die in der Gegend verwurzelt sind und die ihr Wissen und eine gute Phantasie mitbringen. Daneben kann sicher auch auf die Dienste von AWEL, Forst etc. gezählt werden.</p> <p><u>Fazit:</u></p> <p>a) Für die Umsetzung des neuen Weges (auch Module) ist zwingend eine Trägerschaft nötig.</p> <p>b) Mitglieder der Spurgruppe sind nicht automatisch auch Mitglieder der Trägerschaft oder von Arbeitsgruppen, hingegen ist dies möglich.</p> <p>c) Wichtig zu beachten, dass die KuKoZO mit der Trägerschaft eine Leistungsvereinbarung abschliesst, wo auch die Verpflichtung für den Unterhalt des Weges festgehalten wird.</p> <p>d) Es ist denkbar, dass für die verschiedenen Module auch verschiedene Vereinbarungen abgeschlossen werden können. Dies könnte ein Vorteil sein, weil mehrere Vereine voneinander unabhängig Anträge auf Finanzierung stellen können.</p>		
<p><b>4. Lösungsansätze / Einschätzungen für den oberen, mittleren und unteren Teil der Töss</b></p> <p><b>Module: Sammelsurium von Themen oder Einzelthema</b>      Der Töss91-Weg ist ein Sammelsurium von Themen. Auf dem neuen Tössweg sind auch Abschnitte / Module möglich, die sich auf ein Thema beschränken.</p> <p><b>Themenvermittlung / Präsentationsart</b>      Noch völlig offen. Auch abhängig vom Zielpublikum und ob Internetverbindung vorhanden.</p> <p><b>Rundweg oder Weg von A nach B</b>      Rundwege sind gemäss NH am Beliebtesten. Bei Wegen von A nach B müssen zwingend Rückfahrtmöglichkeiten mit ÖV angegeben werden, oder ein alternativer Weg zurück zum Start. Auch auf die Distanz des Weges muss geachtet werden in Hinblick auf das Zielpublikum. Abstecher an eine Sehenswürdigkeit (Museum, Aussichtspunkt etc.) wird gemäss Erfahrung nicht oft / gerne genutzt. Auf Velowege als Themenwege wird verzichtet, da Velofahrer – wie im Übrigen auch Fernwanderer – sich aus Zeitgründen nicht aufhalten lassen wollen. Somit wird auf eine Veloroute verzichtet.</p>	Alle	



### **Oberer Teil von Steg über Stierweid nach Bachscheidi**

Wegführung: Der obere Teil hat am meisten Potential und ist bisher nicht im Töss91-Weg enthalten. Diese Strecke ergibt einen Weg von A nach B mit Rückkehr ab Bachscheidi über Strahlegg, Sennhütte nach Fischenthal, oder über Wolfsgrueb nach Wald, oder den gleichen Weg zurück (Distanz, Bequemlichkeit, Attraktivität, etc. muss noch abschliessend geprüft werden). Ab Bahnhof Steg bis Ohrüti ist der Weg nicht attraktiv. Der Wanderweg auf der Sonnenseite ist aufgehoben und die Schattenseite ist lange feucht.

#### Themen:

- a) Hat interessante Stellen für Themen zum Forst (Berufe, Köhlerei etc.), Waldthemen, Besiedlung, Tösskorrektur etc. Themen sollten einen roten Faden haben. s.a. Arbeitspapier 01.
- b) geeignet für Sammelsurium von Themen
- c) Unterstützung von AWEL und Forst wurde seinerzeit zugesichert
- d) Infrastruktur: Grillstellen (sehr gut besucht), allenfalls Nutzung der beiden Unterstände für Schulen oder bei Führungen

### **Mittlerer Teil von Steg (Wellenau), Bauma bis Saland**

Wegführung: Weg müsste ab Steg geplant werden, da Wellenau keinen ÖV-Anschluss hat. Zwischen Steg und Bauma ist der Weg nicht so attraktiv.

Themen: Ab Lipperschwendi hat es sehr schöne Flarzhäuser, man sagt es seien die schönsten im Zürcher Oberland. Bauma bietet selber viel: Dampfbahn mit Areal, Ortsrundgang, Burg, Verbindung zum Industrieensemble Neuthal (ein Teil des Weges ist der Industriepfad). Im Gespräch (noch nicht in Planung) ist ein UeBB-Weg, welcher die Bahngeschichte behandelt mit geplanter Wegführung von Bauma nach Bäretswil.

### **Unterer Teil von Wila, Turbenthal nach Sennhof (Sennhof liegt ausserhalb RZO)**

Wegführung: Zwischen Wila und Sennhof ist die Wegführung nicht attraktiv. Prüfen, ob Strecke von Wila nach Turbenthal oder von Wila nach Kollbrunn geführt werden soll mit Wasserthemen. Eine unattraktive Wegführung kann allenfalls spannend gemacht werden mit interessanten Stationen. Zwischen Wila und Turbenthal hat es nichts Interessantes, aber Wila hat einen schönen Kinderspielplatz und ÖV.

Themen: Wasserthemen bieten sich an zwischen Sennhof (liegt ausserhalb RZO), sicher aber zwischen Turbenthal und Wila. Prüfen, ob ein Schwerpunkt Turbenthal eingeplant werden soll (Kanäle), Schwemmstege (Standorte abklären), Wasserreservoir für Winterthur, Verbauungen der Töss, Industrialisierung, Renaturierung, etc. Es hat auf der Strecke Kanäle und schöne Grillstellen. Evtl. könnte ein Wasserspielplatz eingeplant werden (Kies, Staumöglichkeiten, Röhren, etc.). Attraktiv für Familien. In Wila muss aktuell ein Bach, welcher in die Töss mündet, umgeleitet werden. Evtl. könnte in diesem Bach ein Wasserspielplatz eingeplant werden (evtl. eher realisierbar als in der Töss). Bei Sennhof ist eine interessante Wasseranlage mit grossem Gefälle, die aktuell neu gestaltet wird. Vielleicht kann man Sennhof in das Projekt einbeziehen, obwohl es nicht mehr zum Einzugsgebiet RZO gehört. Im Zusammenhang mit der Protokollverfassung hat CR in ihren Unterlagen einen Hersteller von Wasser-Spielplätzen (CH) gefunden, allenfalls für eine Kostenschätzung nützlich:

[Wasserspiel-Anlagen - Bürli Spiel- und Sportgeräte AG \(buerliag.com\)](http://buerliag.com)

### **Weitere Idee: Landenbergerweg von Bauma nach Turbenthal, aber nicht der Töss entlang**

Wegführung: Anstatt der Töss entlang könnte ein Themenweg von Bauma nach Turbenthal geplant werden. Der erste Teil führt entlang von Gujer-Zeller-Wanderwegen. Auch

<p>die anderen Wegverbindungen sind erschlossen. Es hat bisher am Weg keine Informationen zur Geschichte der Landenberger (auch nicht zu Gujer-Zeller). Rückfahrt bequem mit Zug möglich. Diese Wegführung wäre das Mittelstück des Tössweges, einfach nicht der Töss entlang.</p> <p><u>Thema:</u> Burgen, Sagen, Ritter, alte Geschlechter, Familiengruft in der reformierten Kirche Turbenthal, Nachkommen im süddeutschen Raum.</p>		
<p><b>5. Pendenzenliste</b> ERU verteilt eine Pendenzenliste, wobei Punkte 1, 3 und 5 bearbeitet wurden. ERU wird sich an die Mitglieder der Spurgruppe wenden, wenn von diesen weitere Arbeiten erledigt werden können.</p>	Alle	
<p><b>6. Nächste Sitzung</b> ERU wird mit einem Doodle den nächsten Termin <b>im Januar</b> festlegen. Freitag, auch am Vormittag passt den Teilnehmenden grundsätzlich.</p>	Alle	Jan. 2021

Man verabschiedet sich mit den besten Wünschen für die kommenden Festtage und einem guten Gefühl, einen Schritt weitergekommen zu sein in diesem Projekt.

Rüti, 6. Dezember 2020, Ch. Romer

## Aktennotiz

Projekt:	<b>Projekt Tösswege - 3. Arbeitsgruppensitzung</b>
Ziel:	Abschluss Phase 1 (Projekteinstieg)
Datum /Zeit:	Freitag, 12. Februar, 14.00 – ca. 15.40 h
Ort:	Video-Besprechung (Teams)
Teilnehmende:	Ueli Erb (ERU), Theo Gujer (TG), Christa Romer (CR), Daniel Gasser (DG),
Gast	-
Entschuldigt:	-
Verteiler:	An alle Teilnehmenden sowie Hans Peter Meier und Nathalie Humm
Verfasser/in:	Christa Romer
Beilage/n:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Machbarkeitsstudie (Stand 02.02.2021)</li> <li>• Angebot Entwicklungskonzept Erlebnisplan AG vom 18.01.21</li> <li>• Entwurf Gesuchsformular NRP</li> </ul>

Traktandum	Wer	Wann
<p><b>1. Begrüssung / Einstieg</b></p> <p>ERU begrüsst zur Sitzung, die wegen Corona ausnahmsweise per Video-Konferenz abgehalten wird. Ziel der Sitzung ist:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wissensaustausch seit der letzten Sitzung im Dezember 2020</li> <li>• Beschlüsse für das weitere Vorgehen</li> </ul>	ERU	
<p><b>2. Aktennotiz der 2. Arbeitssitzung vom 04.12.2020</b></p> <p>Keine Änderungen. Das Protokoll vom 04.12.2020 wird genehmigt und verdankt. Die Teilnehmenden begrüssen eine ausführliche Protokollführung.</p>	ERU/ CR	
<p><b>3. Information Kontakte</b></p> <p>Da wir beabsichtigen, die Anschubfinanzierung für das Projekt über die NRP anzumelden, hat ERU verschiedene Gemeinden informiert. Folgende Kontakte haben stattgefunden:</p> <p><b>Zell, GP Regula Ehrismann, GR Bruno Vollmer und GS Erkan Metschli-Roth</b></p> <p>Sie begrüsst es sehr, dass ihre Gemeinde einbezogen wird mit einem Entwicklungsprojekt für das Tösstal, da sie sonst nur Anfragen für Finanzierungen bekam. Zell ist eine Tösstaler Gemeinde, der Ortsteil Kollbrunn gehört zur Agglomeration Winterthur. An ihrer GR-Sitzung vom 4.2.21 (Protokollauszug) wurden die Interessenvertreter bestimmt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Vizepräsident Bruno Vollmer und</li> <li>- Gemeinderat Stefan Deinböck.</li> </ul>	ERU	

<p><b>Turbenthal, GP Georg Brunner und GR Katrin Ruzicka</b> Georg Brunner ist auch im Vorstand (Vizepräsident) des Regionalmanagements und zuständig für (Finanz-)Gesuche. Gegenüber der Schlossschür beim Schloss Turbenthal (Kulturprojekt) war er eher skeptisch – er unterstützt aber das Tössweg-Projekt gemäss Machbarkeitsstudie.</p> <p><b>Wila, GP Hans Peter Meier</b> Er hat mehrmals seine Wertschätzung zum Projekt geäussert und steht voll dahinter, auch indem er über seine Gemeinde die Rechnungsführung einrichten wird. Hanspeter Meier hat die Gemeindepräsidien Wildberg, Bauma und Wald kontaktiert und über die baldige Kontaktaufnahme durch ERU vorinformiert.</p> <p><b>Wildberg, GP Dölf Conrad</b> Obwohl vom Gemeindegebiet Wildberg nur wenige Meter an die Töss anstossen, unterstützt er das Projekt, wenn es dann soweit ist.</p> <p><b>Bauma, GP Andreas Sudler</b> Auf schriftliche Kontakte kamen keine Rückmeldungen. Am Telefon hat Andreas Sudler die Idee Tösswege begrüsst und findet, man solle bestehende Angebote (auch in Bauma) verknüpfen. Ein Wunsch wäre natürlich mehr Hotel-Übernachtungen in Bauma.</p> <p><b>Fiscenthal, GP Barbara Dillier und GR Rudolf Pfeiffer</b> Es hat kein persönlicher Kontakt stattgefunden, aber per separate Telefonkontakte erfolgte die Zusicherung für eine Unterstützung.</p> <p><b>Wald, Leiter Infrastruktur, Daniel Vogt</b> Er hat grundsätzlich positiv reagiert und wird den Gemeinderat bei Gelegenheit informieren.</p>		
<p><b>Baudirektion Kt. Zürich, AWEL (2 Kontakte)</b> <u>Gewässerunterhalt</u>: Gebietsvertreter Tösstal, Betriebsleiter: <b>Thomas Hofmann</b>: Er hat schon lange nichts mehr gehört betreffend Tössweg, ist aber immer noch interessiert für eine Zusammenarbeit.</p> <p><u>Abteilung Wasserbau, Sektion Bau</u> Revitalisierung Töss „Toniwald“ Wila/oberes Tösstal: <b>Simone Messner</b>, neue Zuständige für Wila und oberes Tösstal. Für Sabrina Honegger vom Regionalmanagement wäre es eine coole Synergie, die Revitalisierung der Töss auf dem Weg zu dokumentieren.</p> <p><b>Baudirektion Kt. Zürich, Forstrevier Tössstock</b> Kontakte mit <b>Viktor Erzinger</b> haben früher schon stattgefunden. Er ist nach wie vor gerne dabei.</p> <p><b>Dampfbahnverein Zürcher Oberland (DVZO)</b> Der DVZO hat eine Vakanz im Präsidium; der <b>Vizepräsident Stefan Bühler</b> ist gerne dabei bei der Entwicklung eines Projekts, das mit dem Depotareal einhergeht. Für das Depotareal läuft zurzeit ein aufwändiges Bewilligungsverfahren. Anekdote: Sein Vater hat in einer Zürichseegemeinde viele Hinweistafeln geschaffen und er findet, es könne auch zu viele Tafeln / Trägerschaften für einen Themenweg geben. Ebenfalls kommen zwei</p>		

<p>Rückmeldungen zur Machbarkeitsstudie: die Senioren sind ein sehr wichtiges Zielpublikum / die Landenbergerwege sind eher strenge Wanderungen.</p> <p><b>Lions Club Tösstal</b> Über Peter Weber hat sich der Club vernehmen lassen, dass sie mit Geld oder Arbeitsleistung zur Verfügung stehen, wenn die Projekte konkreter werden. GP Georg Brunner hat davon auch Kenntnis.</p> <p><b>Zürcher Wanderwege</b> ERU hat das Projekt mit der technischen Leiterin angeschaut. Themenwege können grundsätzlich auf dem Trasse von den Zürcher Wanderwegen ausgeschildert werden.</p> <p>Themenwege sind auch auf <a href="http://schweizmobil.ch">schweizmobil.ch</a> ausgeschrieben, allerdings werden ab diesem Jahr Publikationen zukünftig zurückhaltend behandelt, weil es mittlerweile zu viele Themenwege gibt, deren Qualität nicht immer gut sind. Regionale Themenwege müssen in Zukunft qualitativ das Prädikat „Perlen“ haben, damit sie auf <a href="http://schweizmobil.ch">schweizmobil.ch</a> aufgenommen werden. Voraussichtlich schaffen das im Kanton Zürich nur 8 – 12 Themenwege, welche vorzugsweise regional verteilt sind. Es gibt (noch) keinen Kriterienkatalog.</p> <p>Zum App <a href="http://outdooractive.com">outdooractive.com</a> hat Tourismus Zürioberland den Zugang. Es gibt kein Qualitätsmanagement, so dass jeder Zugriff hat und seine Routen publizieren kann.</p>		
<p><b>Zusammenfassung</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Die Machbarkeitsstudie ist eine gute Grundlage für die Informationen an die Gemeinden, resp. möglichen Beteiligten.</li> <li>Die Teilnehmenden erachten die von ERU gemachten Kontakte als sehr wertvoll und danken ihm für seine Initiative.</li> <li>Die Zeitspanne bis zur nächsten Information sollte nicht zu lange dauern.</li> <li>Die im Dokument „Tössweg 2030“ von Hans Thalman erwähnten Gemeindevertretungen müssen im Auge behalten werden.</li> <li>Im Handbuch sind viele Grundlagen für eine gute Qualität von Kultur- und Themenwegen aufgelistet.</li> </ol>	Alle	Nächste Sitzung
<p><b>4. Grundsatzentscheid: Anschubfinanzierung durch Neue Regionalpolitik (NRP)</b> Folgende Überlegungen für oder gegen ein Finanzgesuch NRP werden gemacht:</p> <p><u>Vorteile:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Projektstart ohne „Betteltour“</li> <li>- Gemeinden werden (noch) nicht belastet – ohne Kostenschätzung ist es schwierig, dass Geld freigegeben wird</li> <li>- Qualitätsanspruch: Projekt hat gute Chancen, bewilligt zu werden, wenn die Qualität stimmt. Eine Bewilligung durch die NRP wäre ein erster Filter.</li> <li>- Projektorganisation: muss für die Umsetzung gut durchdacht werden</li> <li>- Frühzeitige Kostenklarheit: Betriebskosten deklarieren, damit die Trägerschaft Grundlagen hat</li> </ul> <p><u>Nachteile:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Beschränkung auf Förderregion PZB. Wenn man jedoch Geschichten erzählen will, muss man alles erzählen.</li> <li>- Reduziertes Engagement Standortgemeinden</li> </ul>	Alle	

<p><u>Diskussion:</u>  <u>Teilfinanzierung NRP:</u> Falls wir von der NRP nicht den vollen Betrag erhalten, wäre das eine neue Situation, für die im Moment keine Lösung vorliegt. Beim RM ist noch ein Betrag von rund Fr. 12'000.00 vorhanden, von welchem allenfalls Geld bezogen werden kann. Dieses Geld sollte erst in einer weiteren Phase angetastet werden.  <u>Rechnungsführung:</u> Die Gemeindeverwaltung Wila stellt sich zur Verfügung. ERU wird die Konto-Details beim Finanzverwalter beschaffen.  <u>Termine:</u> Man rechnet, dass das Gesuch im Mai 2021 bewilligt oder abgelehnt wird, so dass im Frühling gestartet werden kann.  <u>Reporting:</u> Voraussichtlich gibt es einen Vertrag, wo die Rahmenbedingungen festgelegt werden.  <u>Ablauf Eingabe NRP:</u> Eingabe an das Regionalmanagement Bauma. Anschliessend befindet der Vorstand Pro Zürcher Berggebiet über das Gesuch und leitet es an das Amt für Landschaft und Natur (ALN) zur Genehmigung weiter.</p> <p><b>Beschluss</b>  Alle Beteiligten beschliessen, mit der Machbarkeitsstudie das Projekt für die NRP möglichst rasch einzureichen.</p>	<p>Alle</p> <p>ERU</p>	
<p><b>5. Kenntnisnahme / Stellungnahmen Angebot Erlebnisplan AG</b>  Die Firma kennt die Thematik Kultur- und Themenwege – es ist zurzeit ihr Haupt-Geschäft, d.h. ein Nischenprodukt, das Zukunft hat. In der nächsten Phase müssten aufgrund von Workshops:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a) die Bedürfnisse aktualisiert und vertieft werden,</li> <li>b) Varianten und Lösungsansätze erarbeitet werden.</li> </ol> <p>Diese Punkte sind die Basis für Kosten, Ausführung und Termine.</p> <p>ERU schlägt folgendes Vorgehen vor, sobald wir die NRP-Gelder haben:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gegenseitiges Kennenlernen und Prüfung, ob die Zusammenarbeit vorstellbar ist</li> <li>- Vergabe an Erlebnisplan AG</li> <li>- Inhalt des Auftrages bestimmen</li> <li>- Workshops</li> <li>- Rechnungsführung in Wila / Organisation der Abläufe (Visum, Freigabe, etc.)</li> </ul>	<p>Alle</p>	
<p><b>6. Durchsicht und Verabschiedung Gesuchsformular</b>  Das Gesuch hat am ehesten Aussicht auf Bewilligung, wenn eine Wertschöpfung für das Tösstal ausgewiesen wird. Für Themenwege ist das nicht so einfach. Möglichkeiten sind: Restaurantbesuche, Führungen, Unterrichtsmaterial für Schulen.</p> <p><u>Überprüfen:</u> Es gibt noch ganz kleine Anpassungen. Ebenso müssen noch die Finanzverbindungen eingefügt werden.</p> <p>Vorgehen für die Einreichung: CR nimmt die Anpassungen vor, druckt das Formular in dreifacher Ausführung aus, unterschreibt die Exemplare und schickt sie ERU. Er macht die Beilagen parat und reicht die Unterlagen an das RM ein.</p>	<p>ERU/ CR</p>	

<p><b>Beschluss</b> Alle Beteiligten sind mit den Formulierungen im Gesuchsformular NRP einverstanden und befürworten das oben genannte Verfahren.</p>		
<p><b>7. Durchsicht und Verabschiedung Machbarkeitsstudie</b> Die Machbarkeitsstudie ist Beilage für das Finanzierungsgesuch NRP (zusammen mit dem Angebot Erlebnisplan AG).</p> <p><u>Diskussion:</u> <u>Belassen:</u> Verfasser der Machbarkeitsstudie ist unsere Arbeitsgruppe (nicht die IG Tössweg). Dies wird so belassen. <u>Organigramm:</u> Zurzeit ist noch offen, wie es ab Mai weiter geht mit der Organisation. Dies wird noch mit den Gemeindevertretungen besprochen. <u>Korrektur Version vom 02.02.21:</u> Auf der letzten Seite werden im Organigramm für die IG Tössweg noch die Namen angepasst und ergänzt (z.B. Fischenthal, etc.).</p> <p><b>Beschluss</b> Alle Beteiligten verabschieden die Machbarkeitsstudie mit den Anpassungen. Die definitive Fassung wird nochmals allen per Mail zugeschickt.</p>	ERU	
<p><b>8. Formeller Phasenabschluss / offene Punkte</b> Die erste Phase ist mit der Einreichung des Finanzierungsgesuchs NRP abgeschlossen. Somit sind folgende Aufgaben erledigt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlagenbeschaffung</li> <li>- Machbarkeitsstudie</li> <li>- Einleitung Anschubfinanzierung / Budget zweite Phase</li> </ul> <p>Offen ist die Terminierung der zweiten Phase, die aber zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht gemacht werden kann. Falls keine NRP-Gelder gesprochen werden, bedeutet das eine neue Situation. Dann ist ein Projektabbruch wahrscheinlich.</p> <p><b>Beschluss</b> Alle Beteiligten erachten die erste Phase als abgeschlossen.</p>		
<p><b>9. Nächste Schritte</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Schlussfassung Machbarkeitsstudie</li> <li>- Eingabe NRP-Gesuch</li> <li>- Prüfung des Gesuchs durch Regionalmanagement und ALN</li> <li>- Information am 14. April 2021, 2. Kulturtreffen in Turbenthal (Corona-Regeln?)</li> </ul> <p><u>Knackpunkte:</u> Engagement Standortgemeinden, d.h.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a) politische Unterstützung</li> <li>b) Gemeinderatswahlen 2022 – kann Vor- oder Nachteil sein für das Engagement. Wichtig ist, dass mit der bisherigen Behörde bereits Verbindlichkeiten geschaffen werden.</li> </ol>		

<p>c) Operative Arbeit: das Planungsbüro und die Projektleitung können die Arbeiten nicht alleine bewältigen. Es braucht die Unterstützung der Gemeinden und der Wissensträger. Es braucht lokale Trägerschaften.</p> <p>d) Es ist noch offen, ob es vier Vereine / Trägerschaften gibt (für jeden Weg einen) Je nach Gesuch an den Lotteriefonds muss eine gute Ausgangslage geschaffen werden.</p> <p>e) Die Zeitachse für die Umsetzung der verschiedenen Wege ist offen. Es gibt Weg-Abschnitte, bei denen mehr Vorarbeit, resp. Wissen vorhanden ist. Z.B. sind die Landenberger-Wege ganz neu zu planen, hingegen ist in Bauma schon viel Wissen vorhanden.</p> <p>f) Finanzierung / Umsetzung: Ob die Projektgruppe die Oberaufsicht über die Finanzierung hat, ist noch offen.</p>		
<p><b>10.Verschiedenes</b> Die Anwesenden bedanken sich bei ERU für seine grosse und kompetente Arbeit. Es wird Wert darauf gelegt, dass sich ERU aktiv meldet, wenn er Unterstützung wünscht.</p>		
<p><b>11.Nächste Sitzung</b> ERU wird Terminvorschläge machen, sobald wir mehr wissen, wie das Gesuch NRP behandelt wurde.</p>	Alle	offen

Man verabschiedet sich mit besten Wünschen für eine weiterhin gute Gesundheit.

Rüti, 18. Februar 2021, Ch. Romer





## Aktennotiz

Projekt:	<b>Tösswege</b>
Betreff:	4. Arbeitssitzung Arbeitsgruppe
Ziel:	Einstieg Phase 2 und 3 (Kickoff und Planung)
Datum /Zeit:	Freitag, 09.04.2021, 09:00 – 10:30 Uhr
Ort:	Videobesprechung mit Teams
Teilnehmende:	Ueli Erb (Vorsitz) Christa Romer (Protokoll) Hanspeter Meier Theo Gujer Daniel Gasser Jacqueline Falk
Entschuldigt:	Nathalie Humm
Verteiler:	Teilnehmende und Nathalie Humm
Verfasser/in:	Ueli Erb
Beilage/n:	Rev. Vorgehensplan (Entwurf) Projektorganisation Phasen 2 und 3 (Entwurf)

Traktandum	Wer
<b>1. Begrüssung / Einstieg</b> ERU begrüsst zur Videokonferenz-Sitzung. Jacqueline Falk arbeitet seit dem 1.4.21 im Regionalmanagement Zürioberland, Leiterin Kultur & Gesellschaft. Die Teilnehmenden stellen sich kurz vor.	ERU
<b>2. Aktennotiz der 3. Arbeitssitzung vom 12.02.2021</b> Keine Änderungen oder Ergänzungen. Die Aktennotiz wird genehmigt und verdankt.	CR/alle
<b>3. Diskussion Vorgehensplan (Beilage).</b> Der revidierte Vorgehensplan, Version vom 10.4.2021, wird gutgeheissen und laufend überprüft. In den nächsten Schritten geht es insbesondere um a) Festsetzung und Fein formulierung der Ziele für jeden Themenweg b) Geeignete Fachleute / Wissensträger und Vertreter der Standortgemeinden suchen  <b>Ziele</b> (nicht abschliessend): <b>Gute Vernetzung</b> der Tössstalgemeinden in verschiedenen Bereichen wie Tourismus, Vermarktung von Produkten, Kultur, etc., die allen Gemeinden Vorteile bringen. Die Tösswege bilden eine gute Ausgangslage für dieses Ziel, was Hanspeter Meier bestätigt.  <b>Einbindung von Wissensträgern aus dem Tössstal.</b> Genannt wird z.B. Wolfgang Wahl, Historiker, Wila. Es sollen möglichst interessierte und begeisterte Einheimische mitmachen können, welche die Inhalte zu den Themen liefern.  <i>Nach der Sitzung bringt J. Falk Melanie Mock von T-Raumfahrt ins Spiel. An der nächsten Sitzung wird über den Beizug von M. Mock entschieden.</i>	alle

<p><b>4. Diskussion Projektorganisation (Beilage)</b>  Innerhalb der Projektgruppe ist man hochmotiviert und begeistert, das Projekt Tösswege zu realisieren. Dieser Funke muss auch überspringen an die interessierten Personen, die gerne in den Teilprojekten mitmachen wollen.</p> <p><u>Auszug aus der Diskussion:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bei den Teilprojekten handelt es sich noch um Arbeitstitel.</li> <li>- Die Mitglieder der Projektleitung sind in den Teilprojekten vertreten, werden aber nicht die Projektleitung der Teilprojekte übernehmen.</li> <li>- Der personellen Zuteilung aus der Projektgruppe zu den Teilprojekten wird grundsätzlich zugestimmt.</li> <li>- Einbindung von Wissensträgern aus der Region (s. Punkt 3), und allenfalls auch Personen, die aktuell ausserhalb des Tösstales wohnen, die aber mit der Region vertraut sind. Aufruf über Medien vorsehen (Anmerkung: mit diesem Vorgehen wurde beim Jakob Stutz Weg ein sehr gutes Resultat erreicht, d.h. mehr als 30 Personen haben sich gemeldet).</li> <li>- Einbindung von Fachleuten wie AWEL, Forst, DVZO, etc.</li> <li>- Gezielte Unterstützung vom Regionalmanagement Zürioberland einholen (Kultur und Tourismus)</li> <li>- Blick von aussen ist wichtig (Projektbegleitung / andere)</li> </ul> <p><u>Offene Fragen:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Einbindung einer Projektbegleitung für die Projektleitung <ul style="list-style-type: none"> <li>- Beauftragtes Büro oder andere themenspezifische Subplaner?</li> <li>- Weitere ständige Projektmitglieder?</li> <li>- S. Punkt 5 c – Ergänzung Projektteam</li> </ul> </li> </ul>	<p>alle</p>
<p><b>5. Nächste Schritte</b>  Die Grundidee und die Themen-Inhalte für die Wege müssen von der Projektleitungs-Gruppe kommen. Dazu braucht es die Formulierung</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- um was es geht,</li> <li>- was uns wichtig ist,</li> <li>- wo und wie die Mitarbeit gewünscht wird,</li> <li>- welches Ziel erreicht werden muss.</li> </ul>	<p>alle</p>
<p><b>a) Arbeitssitzung (Zielsetzungen überprüfen und verfeinern)</b>  Im NRP-Gesuch sind verschiedene Ziele bereits formuliert. Ziel ist, dass interessierte Personen einen guten und umfassenden Überblick erhalten, bevor sie sich für eine Teilnahme in einem Teilprojekt entscheiden. Es wird eine fünfte moderierte Arbeitssitzung vorgesehen. Nathalie Humm und Jacqueline Falk werden dies übernehmen, inkl. Lokalsuche. Doodle folgt (Freitag oder Mittwoch-Nachmittag).</p> <p><b>b) Videokonferenz mit allen Projektbeteiligten</b>  ERU hatte anfangs Jahr mit verschiedenen Gemeindevertretungen, AWEL, Forst, etc. Kontakt. Diese Personen benötigen eine Information (Zwischenstand), sobald mehr Details über die Teilprojekte bekannt sind, s. Aktennotiz der 3. Arbeitssitzung vom 12.2.2021.  Varianten:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Info per Brief</li> <li>- Video-Konferenz über Teams (Präsentation ohne mündliche Mitwirkung der Gäste), mit Chat-Funktion, wo auf Fragen nach der Präsentation eingegangen werden kann.</li> </ul> <p>Die Anwesenden entscheiden sich für die Videokonferenz, da man dabei auch einen Aufruf zur Mitwirkung einbauen kann.</p>	<p>ERU/ NH/JF</p>
<p><b>c) Ergänzung Projektteam</b>  Noch offen, bis mehr Details bekannt sind.</p>	<p>alle</p>

<p><b>d) Arbeitssitzungen Teilprojekte</b> Noch offen</p> <p><b>e) Workshop mit Erlebnisplan AG</b> Noch offen</p>	
<p><b>f) Projekt Qualitätsmanagement (PQM)</b> Das Qualitätsmanagement übernimmt des Regionalmanagement Zürioberland. Das Kostenmanagement liegt beim Projektleiter.</p>	
<p><b>g) Finanzen</b> Für die Tösswege wurden Fr. 30'000.00 gesprochen. Dieser Betrag ist für Phase 2 (Kickoff) und Phase 3 (Planung) vorgesehen. <i>Nach der Sitzung: per Mail wurde mitgeteilt, dass die Fr. 30'000.00 überwiesen wurden.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Rechnungsführung</b> Markus Holder, Finanzverwalter Gemeinde Wila (wird in die Adressliste aufgenommen).</li> <li>– <b>Kostenstand</b> Wird laufend ermittelt. ERU nimmt mit Markus Holder Kontakt auf, wie das Reporting stattfindet.</li> <li>– <b>Entschädigung Arbeitsgruppe</b> Die Mitarbeiterinnen vom Regionalmanagement erhalten keine zusätzliche Entschädigung für ihre Mitarbeit in der Projektleitung, ebenso wenig Hanspeter Meier. Aus dem vorgesehenem Betrag für die Projektleitung werden die Projektleitungs-Kosten bezahlt. Man einigt sich auf folgende Entschädigung für die Arbeitsgruppe (Ueli, Theo, Daniel, Christa): <ul style="list-style-type: none"> <li>- (normale) Spesen: werden nach Aufwand entschädigt</li> <li>- Stundenaufwand: jede Person schreibt seine Arbeitszeit auf, so dass die Aufwendungen im Verhältnis entschädigt werden.</li> </ul> </li> </ul>	ERU/alle
<p><b>h) Termine</b> Grobplanung: Phase 2 soll bis zu den Sommerferien abgeschlossen sein, anschliessend Phase 3 (mit Online-Veranstaltung) ERU macht noch Terminvorschläge gemäss Arbeiten im Vorgehensplan.</p>	ERU
<p><b>i) Verschiedenes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Adressliste</b> CR wird die Adressliste laufend ergänzen. Änderungen / Berichtigungen bitte direkt an sie mitteilen. Die erste Ausgabe der Adressliste wird diesem Protokoll beigelegt.</li> </ul>	CR/alle
<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Austausch mit Erlebnisplan AG</b> s. auch Punkt 4, offene Fragen sowie Punkt 5 c</li> </ul> <p><u>Diskussion:</u> Bis jetzt hat das Büro «Erlebnisplan AG» kein Geld erhalten für ihre Offerte. Es ist bis jetzt weder eine Zu- noch Absage erfolgt. Allerdings ist die Firma interessiert zu hören, wie weiter vorgegangen wird. Grundsätzlich wäre für die Projektorganisation der „Blick von aussen“ wünschenswert oder allenfalls zwingend.</p> <p>Es gibt verschiedene Anbieter, die ähnlich wie Erlebnisplan AG fähig wären, diese Aufgabe zu übernehmen. Die Frage ist, wie eine weitere Firma eruiert wird.</p>	ERU/alle

<p>Da es sich um öffentliche Gelder handelt, ist man in der Vorgehensweise nicht ganz frei und <u>ein einmal eingeleitetes Verfahren muss durchgezogen werden</u>.</p> <p>Info: <i>Eine Wegleitung / Erklärung für das öffentliche Beschaffungswesen ist diesem Protokoll beigelegt.</i></p> <p>Mit dem freihändigen Verfahren wird eine Firma bestimmt und beauftragt. Mit dem Einladungsverfahren werden die Vergabekriterien (die unsere Projektgruppe formulieren müsste) bestimmt. Anschliessend werden die eingereichten Offerte mit einem Punkteverfahren bewertet und die Firma ausgewählt. Die Mitbewerber-Firmen müssen über das Vorgehen informiert werden.</p> <p>Wichtig ist die Transparenz, d.h. ein nachvollziehbares Vorgehen, falls Anfragen oder allenfalls Beschwerden eingehen würden.</p> <p>Alle Mitglieder der Projektgruppe überlegen sich nochmals, wie am besten vorgegangen werden soll. Das Thema wird nochmals aufgenommen.</p>	
<p><b>j) Nächste Sitzung</b> ERU schickt einen Doodle.</p>	<p>ERU</p>

Rüti, 11.4.2021, Ch. Romer

**Aktennotiz**

Projekt:	<b>Tössweg</b>
Betreff:	5. Arbeitssitzung Projektleitung
Ziel:	Ziele verfeinern, nächste Schritte festlegen
Datum /Zeit:	Freitag, 07.05.2021, 09:00 – ca.11:30 Uhr
Ort:	Gemeindehaus Russikon, Sitzungszimmer „Russikon“, 2 OG
Teilnehmende:	Ueli Erb (Vorsitz) Christa Romer (Protokoll) Theo Gujer Daniel Gasser Jacqueline Falk Nathalie Humm Max Trachsler, Moderation Traktandum 3
Entschuldigt:	Hanspeter Meier
Verteiler:	Alle Sitzungsteilnehmer/Innen und Hanspeter Meier
Verfasser/in:	Christa Romer
Beilage/n:	

Traktandum	Wer
<b>1. Begrüssung / Einstieg</b> Ueli Erb begrüsst zur 5. Arbeitsgruppensitzung und dankt Max Trachsler für die Moderation von Traktandum 3.	ERU
<b>2. Aktennotiz der 4. Arbeitssitzung vom 09.04.2021</b> Keine Änderungen oder Ergänzungen. Die Aktennotiz wird genehmigt und verdankt.	CR/alle
<b>3. Zielsetzungen „Tösswege“ verfeinern (für Schnellleser: blaue Schrift)</b> Als Einstieg in die Zielsetzungs-Findung stellt Max Trachsler zentrale Fragen:  <u>Frage:</u> Wem dient der Tössweg (wichtig für verfeinerte Zielsetzung) Dem Tourismus – Unterhaltung Bewegung Der Kultur - Kulturweg, Lernen Der Bevölkerung – Heimatkunde Der Wirtschaft – Restaurant, Hotel, Handwerk, Gewerbe  Folgende Formulierung ist im bewilligten NRP-Gesuch enthalten:  <i>Ziele: In Übereinstimmung mit dem aktuellen Umsetzungsplan (UP) der Neuen Regionalpolitik (NRP) liegen bei der Entwicklung des Projektes auf den Fokussen Tourismus, Ruhelandschaft und als Klammerfunktion die Digitalisierung.</i>  - das Projekt Tösswege steht für eine vertiefte Zusammenarbeit unter den Töss-Gemeinden in den Bereichen Kultur, Natur und Landschaft - Gemeinsame Pflege des kulturellen Lebens und des Kulturerbes im Tösstal - Identifikation der einheimischen Bevölkerung mit ihrer Region - Erhöhung der touristischen Wertschöpfung in der Region Pro Zürcher Berggebiet - Förderung von heutigen Bedürfnissen nach Freizeitgestaltung	alle

- Lenkung von Besucherströmen im Zürcher Berggebiet

*Inbesondere liegt bei der Projektentwicklung das Augenmerk auf der Vernetzung mit möglichst vielen touristischen Anbietern und lokalen Gastrobetrieben. Ziel ist es, mindestens zwölf Anbieter in das Projekt zu involvieren. Mit dem Projekt soll ein massgebender und messbarer Beitrag zu einem sanften Tourismus in der Region entwickelt werden.*

#### Diskussion:

- MT erachtet es als wichtig, dass zuerst das Hauptziel formuliert wird, und erst anschliessend die Ziele für die Teilprojekte. Aus den Formulierungen im NRP Gesuch ist alles offen, was das Hauptziel betrifft.
- Gemäss Projektüberblick Tössweg 2030 der Kulturkommission Zürcher Oberland KuKoZO von Hans Thalman steht die vertiefte Zusammenarbeit der Gemeinden im Fokus, was aber nicht das Hauptziel ist.
- ERU sieht klar den Bereich Tourismus / Fremdenverkehr im Vordergrund, weil damit eine erweiterte Wertschöpfung generiert werden kann und die Gemeinden, die ja Geld sprechen für die Wege, am ehesten mitmachen werden.
- Die Bereiche „Kultur, Bevölkerung, Wirtschaft“ dienen dazu, die touristischen Ziele zu erreichen.
- Die Art des Tourismus (was ist realistisch / Event-Tourismus / nachhaltiger Tourismus) wird noch nicht diskutiert.
- Bis anhin suchen Personen aus den Städten Winterthur und Zürich Erholung im Tösstal. d.h., es sind Tagesausflügler, und nicht Personen, die im Tösstal übernachten.
- Im Tösstal gibt es viele Wanderwege – die Themenwege müssen sich klar von diesen abgrenzen und einen besonderen Charakter haben, d.h. Schwerpunkte auf Kultur, Naturwissenschaft, Familienwege.
- Ziel ist, dass die noch einzusetzenden Trägerschaften über einen Zeitraum von „10 Jahren plus“ die Wege pflegen und gestalten und Freude haben, Besonderheiten, z.B. Events, zu organisieren.
- Für die Tösstaler-Bevölkerung kann durchaus auch ein attraktives Angebot vor der Türe vorgesehen werden.
- Zu grosse Projekte (z.B. eine Art Disney-Park) könnten den Bogen überspannen und von der Bevölkerung nicht mitgetragen werden wegen Befürchtungen von zu viel Lärm, Verkehr, Leuten, etc.

#### Fazit:

Die Tösswege dienen dem **Tourismus** (Unterhaltung, Bewegung). Die anderen Bereiche wie Kultur, Bevölkerung, Wirtschaft dienen im Gesamtprojekt zur Ziel-Erreichung. Diese Themen können in den Teilbereichen deutlicher in Erscheinung treten.

#### Frage:

Wer ist die Zielgruppe

#### Diskussion:

- Die Festlegung der Zielgruppe für die einzelnen Teilprojekte ist noch zu früh.
- Es gibt Themen, die für alle Zielgruppen geeignet sind.
- Denkbar ist, dass für die einzelnen Teilprojekte verschiedene Zielgruppen benannt werden.
- Es gibt Themen, die eine Gruppierung speziell anspricht: z.B. für die Landenbergerwege muss man gut wandern können / zwischen Turbenthal und Winterthur ist die Fabrikgeschichte interessant / in Bauma werden Dampfbahn-Themen aufgenommen.
- Wer bringt die meiste Wertschöpfung in Hinsicht auf das Ziel Tourismus.
- Im Tösstal gibt es sehr wenige Restaurants (Konsumation).
- Möchte man explizit die Jugend ansprechen (Schulen).
- Selbstläufer Senioren: Aus Erfahrung wird das Tösstal vor allem von „älteren“ Leuten besucht, die Erholung suchen. Viele Personen kommen aus den Städten mit der S 26 und steigen in Steg aus, mit Ziel Hömli oder Strahlegg.
- Selbstläufer Familien mit Kindern: dies Gruppe sucht entlang der Töss Grillplätze und Spielplätze.
- Die Selbstläufer können mit geeigneter Werbung auf „unsere“ Themenwege aufmerksam gemacht werden.
- In der Machbarkeitsstudie sind die Zielgruppen samt Einschätzung für die Eignung aufgeführt.

- Biker (grosse Gruppe, d.h. 15'000 Mountainbiker im ZO) und Reiter sollen von der Zielgruppe gestrichen werden. Dieser Personenkreis wird sich sicher nicht an den Stationen aufhalten. Seinerzeit wurden die Biker in der Machbarkeitsstudie aufgenommen, weil eine „Brücken-Exkursion“ entlang der Töss denkbar war. Besser: Wanderer und Biker nicht auf der gleiche Strecke lenken.
- Mit speziellen Events kann für einen Wegabschnitt eine andere, zusätzliche Zielgruppe angesprochen werden.

Fazit:

Zielgruppe: Wanderer von Jung bis Alt. Für die Teilprojekte wird spezifisch eine Zielgruppe festgelegt, aber in der Zielgruppe sind keine Biker und keine Reiter.

Fragen:

Wie dient der Weg

Individuell zu begehen / für geführte Gruppen / sowohl als auch.

Diskussion:

- Auf jedem Wegabschnitt gibt es Möglichkeiten für Führungen.

Fazit:

sowohl als auch

Frage:

Wie lautet der Auftrag an die Projektleitung

Hergang für den Auftrag des Projekts:

Zu Beginn des Projekts war der Auftraggeber für den neuen Tössweg nicht ganz klar. Verschiedene Personen haben Abklärungen gemacht, auch weil der Töss91-Weg nicht mehr zeitgemäss ist und die Frage des Rückbaus im Raume stand. Hans Thalmann hat unter der Idee „Verbindendes verbindlich gestalten“ das Projekt „Tössweg 2030“ verfasst. Hanspeter Meier, Mitglieder der Kulturkommission und zuständig für die Kulturwege, hat sich der Idee angenommen. Die Spurguppe Tössweg 2030 hat im Oktober 2020 unter der Leitung von Ueli Erb einen Vorgehensplan samt Machbarkeitsstudie entwickelt. Mit diesen Unterlagen wurde von der NRP ein Betrag von Fr. 30'000.00 gesprochen, um Phase 2 und 3 des Vorgehensplans umzusetzen. Unterschrieben wurde der Vertrag von Ernst Kocher (Präsident Pro Zürcher Berggebiet und Daniela Waser (Geschäftsführerin Regionalmanagement) sowie Hanspeter Meier (Interessensgemeinschaft Tösswege) und Ueli Erb (Projektleiter IG Tösswege). Zurzeit wird kein Verein gegründet.

Diskussion:

- Gemäss Max Trachsler sollte für ein Projekt eine Leistungsvereinbarung oder ein Leistungsauftrag erstellt werden mit klar formulierten Zielen, Zweck, Finanzierung und der Organisationsform. Eine Trägerschaft garantiert, dass zum Weg „geschaut wird“, d.h. Unterhalt, Events, etc. Ohne Trägerschaft wird der Weg wieder verlottern, wie der Töss91-Weg.
- Leistungsvereinbarungen kommen zum Zug, wenn die vier Teilprojekte näher bearbeitet werden und klar ist, wie diese gestaltet werden könnten.
- Ein Rückbau des Töss91-Wegs hat hohe Priorität.

Fazit:

Der Auftrag „Tösswege“ steht und ist begründet.

Aufgrund der bewilligten NRP-Gelder ist eine IG Tösswege gegründet worden mit Vorsitz von Hanspeter Meier. Folgende Gemeindevertreter sind Mitglied: Zell, Turbenthal, Wildberg, Bauma und Fischenthal. Die Projektleitung mit Ueli Erb als Projektleiter wird das Tourismus-Projekt gemäss Machbarkeitsstudie vorantreiben.

Frage:

**Was soll eine Zielsetzung sein**

Eine gute Zielsetzung beschreibt den zu erreichenden Endzustand eines Vorhabens  
Grosse Vorhaben brauchen Teilziele  
Ziele sind messbar (id.R.)  
Ziel nicht verwechseln mit Zweck

Diskussion:

- Gemäss Max Trachsler ist es sehr anspruchsvoll, eine gute Zielsetzung zu formulieren. Eine gute Formulierung ist kurz, prägnant, messbar und für jede Person klar verständlich (ein bis zwei Sätze). Die Zielsetzung muss von allen Involvierten auswendig gesagt werden können. Der Inhalt soll ausdrücken, was wir wollen.
- Alle SitzungsteilnehmerInnen setzen sich mit dem Thema auseinander, indem sie für sich eine Haupt-Zielsetzung für die Tösswege formulieren. Anschliessend wird im Plenum diskutiert, welche Formulierungen den Ansprüchen genügen.
- Ein Ziel sollte messbar sein. Allerdings sind Emotionen nicht klar messbar.
- Besucherströme müssen geleitet werden. Wenn die Zielgruppe Ruhesuchende sind, muss eher eine kleinere Anzahl Besucher angestrebt werden (Qualität statt Quantität).
- Aktivismus darf nicht kontraproduktiv werden.
- Aufnahme der Wege in schweizmobil. Diese Website hat ihren Qualitätsanspruch sehr hoch gesteckt für Themenwege und eine Aufnahme wäre ein guter Qualitätsausweis.

Haupt-Ziel:

**Das Tösstal hat den beliebtesten Themenweg des Kantons Zürich, wo Erlebnisse und Geschichte aus Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft geboten werden.**

Ziele für die Teilprojekte:

Die folgenden Ziel-Formulierungen müssen sich dem Hauptziel unterordnen. Mögliche Weiterentwicklung der Teilziele in den Teilprojekten:

Besucher erkennt 4 markante Themenkreise, welche für das Tal typisch waren / werden.

Besucher kann 2 Gründe nennen für den günstigen Standort „Textilindustrie“

Besucher kann 3 Gründe nennen für die Hochwasserschäden im 18./19. Jahrhundert

Die SitzungsteilnehmerInnen vertagen die Zielsetzungen für die Teilprojekte, sind sich aber einig, dass man in ähnlicher Weise vorgehen will wie für das Hauptziel.

Weiteres Vorgehen für die Zielsetzungs-Formulierung in den Teilprojekten:

Die Zielsetzung ist für die künftigen Teilprojektleiter wichtig. Aus vielen Ideen wählt man die besten aus.

Die Sitzung wird hier geschlossen mit dem besten Dank für die Moderation von Max Trachsler. Für die weiteren Traktanden wird eine Videobesprechung mit Teams vorgesehen für den Rest der Traktandenliste (s.unten).

<b>4. Einbezug weiterer Projektbeteiligten</b>	alle
a) Information Trägerschaft	
b) Videokonferenz mit allen bekannten Projektbeteiligten	
c) Aufruf Tösstaler, Landbote und Zürcher Oberländer	
<b>5. Beauftragung Projektbegleitung</b>	alle
<b>6. Verschiedenes / Umfrage</b>	ERU
<b>7. Nächste Sitzung: Team-Video-Sitzung am Dienstag, 11.5.21, 15.00 Uhr (Link/Einladung folgt)</b>	alle

Rüti, 10.5.2021, Ch. Romer



**2. Teil Sitzung der Sitzung vom 7.5.21 am 11.5.21, 15.00 bis ca. 16.15 Uhr**  
 Per Teams-Videokonferenz mit Ueli Erb, Christa Romer, Theo Gujer, Daniel Gasser

<p><b>4. Einbezug weiterer Projektbeteiligten</b></p> <p><b>a) Information Trägerschaft</b>                  Ueli hat anfangs Jahr verschiedene Gemeinden kontaktiert und über die ersten Aktivitäten zum Tössweg informiert. (s. Protokoll der 3. AG-Sitzung vom 12.2.21, Trakt. 3). Es drängt sich auf, den Gemeindepräsidien (zusätzlich auch Gde. Wald)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- einen schriftlichen Zwischenstand abzugeben (inkl. Machbarkeitsstudie / NRP-Gelder) und</li> <li>- sie gleichzeitig aufzufordern, die gemeldeten Gemeindevertretungen konkret zu bestätigen, sowie</li> <li>- die fehlenden Gemeindevertretungen anzugeben und allenfalls Wissensträger zu melden.</li> </ul> <p>Kontaktmeldungen an Christa Romer (Aufnahme in Adressliste), Nachfragen bei Ueli Erb. Fristangabe für Rückmeldung: ca. 4 Wochen</p> <p><u>Diskussion:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Brief gliedert sich in folgende Teile: Information Zwischenstand / Aufforderung Meldung der Gemeindevertretungen und Wissensträger / Aussichten</li> <li>- Bei den Wissensträgern sollte klar sein, welche Gemeinden involviert sind bei den Teilprojekten (Verweis auf Machbarkeitsstudie. Allenfalls Doppelnennungen vorsehen.</li> <li>- Angebot, dass man sich trifft für einen persönlichen Austausch, wird verschoben in der Hoffnung, dass die Corona-Vorschriften gelockert werden. Diese Art Treffen ist vielversprechender als eine Video-Konferenz.</li> </ul> <p><u>Aufgaben / Pendenzen:</u>                  4a.1. Christa erstellt einen Briefentwurf gemäss obigen Überlegungen und stellt diesen zuerst Ueli und anschliessend den Projektgruppen-Mitgliedern zu. Termin: bis 23. Mai 2021.                  4a.2. Ueli überarbeitet die Machbarkeitsstudie gemäss Projektorganisation vom 27.4.21                  4a.3 Versand: Ende Mai 2021</p>	<p>Alle</p> <p>ERU/CR alle</p>
<p><b>b) Videokonferenz mit allen bekannten Projektbeteiligten</b>                  Eine Videokonferenz kommt dann zum Zug, wenn die Gemeindevertretungen und die Wissensträger informiert werden müssen. Allerdings wäre eine physische Präsentation viel zielfördernder.</p> <p>Involvierte Personen von Forst, AWEL etc. werden per Mail über den Zwischenstand informiert, analog Gemeindepräsidien.</p> <p><u>Fazit:</u>                  Abwarten mit Videokonferenz. Allenfalls werden die Corona-Vorschriften gelockert und eine physische Einladung wird im Sommer 2021 möglich.</p> <p><u>Aufgaben / Pendenzen:</u>                  4b Mail an involvierte Personen (Forst, AWEL, etc.), zeitgleich wie Brief an Gemeindevertretungen</p>	<p>ERU</p>
<p><b>c) Aufruf Tösstaler, Landbote und Zürcher Oberländer</b>                  Beim Jakob Stutz-Weg war ein Aufruf für die Mitarbeit im Projekt im ZO erfolgreich. Allerdings sollten für die Teilprojekte mehr Details (Schwerpunkte) bekannt sein.</p> <p><u>Diskussion:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Für einen Zeitungsbericht benötigen wir bereits aussagekräftige Unterlagen zum Projekt, bzw. zu den Teilprojekten.</li> <li>- Wir suchen nicht nur Personen für die Projektleitung; es braucht auch Leute die Führungen übernehmen, Wissensträger aus dem kulturellen Bereich, Grafiker, Sponsoren, etc.</li> <li>- Wann ist der beste Zeitpunkt für einen Aufruf im ZO?</li> </ul>	



<p><b>6. Verschiedenes / Umfrage</b></p> <p>Ueli informiert, dass er <b>Ernst Hauser</b> getroffen und ihn über die Aktivitäten informiert hat. Ernst Hauser arbeitet gerne mit im Teilprojekt, allerdings nicht als Teilprojektleiter.</p> <p>Gemäss Theo müssten alle Gemeinden eine Bestandsaufnahme ihrer Kulturgüter haben. Hans Thalmann hat diese Erhebung in den letzten Jahren zusammen mit den Gemeindevertretungen erstellt. Allenfalls beim Regionalmanagement nach den Unterlagen nachfragen.</p> <p>Fragen an die Projektbegleitung: gemäss Christa müsste man vor dem Treffen mit erlebnisplan.ch offene Fragen formulieren (wird aufgenommen und ist im Trakt. 5 eingebaut).</p> <p>Es hat viele Ideen für Themen im Tösstal:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Geschichten von Olga Meier (Anneli) ins Industriezeitalter einflechten</li> <li>- Kanalgeschichten in Turbenthal (Konzessionen)</li> <li>- Archive / Chroniken</li> <li>- Das Grabe wo du stehst – Mühle und Wasserkraft</li> </ul>	<p>alle</p>
<p><b>7. Nächste Sitzung</b></p> <p>Stand heute ist keine Sitzung mehr nötig vor dem Treffen mit erlebnisplan.ch. Die Projektgruppe trifft sich ca. 1 Std. vor der Präsentation. Bei Bedarf wird sich Ueli melden und einen Doodle verschicken. Wegen Ferien wäre ein Termin mit erlebnisplan.ch erst ab 7.6.21 möglich.</p>	<p>alle</p>

14.5.2021 –Ch. Romer



## Aktennotiz

Projekt:	<b>Tösswege</b>
Betreff:	6. Arbeitssitzung Projektgruppe
Ziel:	Ziele verfeinern, nächste Schritte festlegen
Datum /Zeit:	Freitag, 11.06.2021, 09:30 – ca.11:30 Uhr
Ort:	Besprechungszimmer „im Zentrum“ (neben Konditorei Janz), Huswisstrasse 2, 8492 Wila
Teilnehmende:	Ueli Erb (Vorsitz) Christa Romer (Protokoll) Theo Gujer Daniel Gasser
Entschuldigt:	
Verteiler:	Alle Sitzungsteilnehmer/Innen, Nathalie Humm, Jacqueline Falk, Hanspeter Meier
Verfasser/in:	Christa Romer
Beilage/n:	

Traktandum	Wer
<b>1. Begrüssung / Einstieg</b> Ueli Erb begrüsst zur 6. Projektleitersitzung.	
<b>2. Aktennotiz der 5. Arbeitssitzung vom 7.5.2021 und 11.5.21</b> Keine Änderungen oder Ergänzungen. Die Aktennotiz wird genehmigt und verdankt.	
<b>3. Gemeinsames Schärfen der Teilziele</b> Die Mitglieder haben die Teilziele für „ihren“ Weg termingerecht eingereicht. Es entsteht folgende Diskussion: <ul style="list-style-type: none"><li>- es war schwierig, das Ziel so zu formulieren, dass es gemessen werden kann</li><li>- man könnte die Teilziele auch als Visionen bezeichnen</li><li>- das Teilziel ist für die Teilprojektgruppe formuliert (nicht für das Publikum)</li><li>- bevor Publikumsziele formuliert werden, sollten die Themen festgesetzt sein</li><li>- die Teilprojektleitung, resp. die Teilprojektgruppe, sollte sich auch mit den Teilzielen befassen und diese formulieren</li><li>- wichtig wären Ziele mit Wertschöpfung (Finanzierungsargument für die Gemeinden)</li><li>- Qualität: Label von homepage schweizmobil anstreben (z.B. JSW-Weg wird aufgenommen gemäss der Leiterin von den Zürcher Wanderwegen)</li></ul> <u>Wertschöpfung</u> ergibt sich aus verkäuflichen Angeboten oder Events, z.B. <ul style="list-style-type: none"><li>- Führungen, allenfalls nur auf Teilstrecken des betreffenden Weges</li><li>- Besichtigungen von speziellen Einrichtungen (Bienen-Hüsli, Museen, etc.).</li><li>- Audioguide-Vermietung</li><li>- Ritterspiele auf dem Landenbergerweg für Familien</li><li>- Verkauf von Souvenirs oder Bastelartikeln (Dampfbahn)</li><li>- Verkauf von Rucksäcken/Taschen mit Artikeln, die auf dem Weg gebraucht werden</li><li>- Angebote wie Foxtrail (<a href="https://de.wikipedia.org/wiki/Foxtrail">https://de.wikipedia.org/wiki/Foxtrail</a>)</li><li>- Angebote wie Geocaching (<a href="https://de.wikipedia.org/wiki/Geocaching">https://de.wikipedia.org/wiki/Geocaching</a>), gemäss Daniel kann der App für Fr. 6.00/Monat heruntergeladen werden.</li><li>- Angebot für teambildende Events – allenfalls kombiniert mit lokalen Anbietern</li></ul>	

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Schulen / Unterrichtsmaterial (eher weniger, kleines Budget).</li> <li>- Restaurants / Lebensmittelgeschäfte etc. bieten Essen, Getränke, Pick-Nick-Taschen oder Grill-Taschen an, die im Zusammenhang mit dem Thema des Weges stehen.</li> <li>- Wettbewerb organisieren</li> <li>- Symbolischer Titel vergeben nach Absolvierung des Weges</li> <li>- Die Wege müssen möglichst selbsttragend sein</li> </ul> <p>Die Projektmitglieder sind sich einig, dass die Teilprojektleiter nicht bei Null anfangen, sondern die bereits gemachten Überlegungen einbeziehen sollten für die Umsetzung des Projekts. Die Projektmitglieder halten das Gesamtziel sowie die Visionen im Auge.</p> <p>Folgendes Hauptziel und Teilprojekt-Ziele sind formuliert:  <u>Haupt-Ziel:</u>  Das Tösstal hat den beliebtesten Themenweg des Kantons Zürich, wo Erlebnisse und Geschichte aus Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft geboten werden.</p>	
<p><u>Teilzielsetzung für den «Tössquellenweg»</u>  Nach einer Begehung des Tössquellenweges sollte der Besucher über drei Aspekte der historischen und der aktuellen Waldnutzung Bescheid wissen. Zudem kennt sie / er den Zusammenhang der Tösskorrektur mit der Waldbewirtschaftung im 19. Jahrhundert</p>	
<p><u>Teilzielsetzung für den «Kulturweg Bauma»</u>  Wir wollen die Entwicklung der Bahn-Verkehrswege aufzeigen auf der Basis der Geschichte der Uerikon-Bauma-Bahn. Der Dampfbahnbetrieb, das Projekt Depotareal des DVZO, sowie der Dorf-Kulturweg Bauma ergänzen das Bild der Bahngeschichte rund um Bauma.</p>	
<p><u>Teilzielsetzung «Landenbergerweg»</u>  Wer den «Landenbergerweg» begeht, soll zum einen die landschaftlichen Eindrücke von den drei Burghügeln erleben und zum andern Wissenswertes über das Geschlecht der Landenberger und deren Burgen im Tösstal erfahren.</p> <p>Methodischer Hinweis zum Messen: Die Wanderer sind am Schluss in der Lage, mit einem Quiz Fragen zu den beiden Aspekten zu beantworten.</p>	
<p><u>Teilzielsetzung für den «Tösswasserweg»</u>  Wir zeigen den Besucherinnen und Besucher den Einfluss der Töss auf die Wasserversorgung und auf die Wasserkraft. Dabei vertiefen wir Themen wie Wasser als Lebensmittel, Entwicklung der Energienutzung und des Energieverbrauchs sowie des Einflusses auf die Entwicklung im Tösstal.</p> <p>Die Kanalisierung der Töss bringt Wasserkraft für xx Textilfabriken in der Gemeinde Turbenthal. Zähmung der Töss durch Kanalisierung und die Umsetzung dazu.  Bauwerke und kilometerlange Kanäle fördern die Industrialisierung im mittleren Tösstal. Wasserrechte dazu.  Das Tösstal die Textilhochburg der Schweiz – und wo steht das Tal heute.  Ein Wasserspielplatz für Kinder, zeigt wie Wasserkraft wirkt.</p>	
<p><b>4. Nächste Schritte überlegen (nach Beauftragung Projektbegleitung)</b></p> <p>4.1. Das <u>Hauptziel</u> sowie die <u>Teilziele</u> bleiben im Fokus.</p> <p>4.2 <u>Trägerschaft(en)</u>  Die IG Tössweg mit den Gemeindepräsidien bildet eine wichtige Stütze im Projekt und wird so belassen, quasi als Oberbau und für die ideelle und finanzielle Unterstützung. Ideal wäre, wenn für die einzelnen Teilabschnitte Trägerschaften gebildet werden könnten, entweder durch eine Neugründung eines Vereins oder durch die Anbindung an eine bestehende Körperschaft, z.B. Verkehrsverein.</p>	

<p><b>4.3 Lebensdauer des Weges</b>  Auf dem Brünigpass gibt es einen Themenweg, welcher auf 6 Jahre ausgerichtet ist. Es wird diskutiert, ob sich bei einer befristeten Lebensdauer des Weges eher eine Trägerschaft finden liesse...</p> <p><u>Pro:</u> Projekte können abgeschlossen werden ohne längere Verpflichtung (beim JSW mit Filmen / Theateraufführung). Kein grosses Engagement ausser Wartung des Weges. Keine grosse finanzielle Verpflichtung von den Gemeinden, da Ausgaben für Kultur nicht beliebt sind (Bsp. Schlosschür).</p> <p><u>Kontra:</u> Die Idee ist, dass ein Weg gepflegt <u>und</u> weiterentwickelt wird. Dazu gehört auch das Engagement für (befristete) Events, z.B. Schwerpunkte wie Köhlerei, Schnitzerei, Theater, etc. So können auch geschichtliche Eigenarten eines Gebietes aktuell gehalten werden. Ebenso wird auch das Engagement von lokalen Einrichtungen und touristischen Zielen aufgewertet. Wichtig ist auch eine zuverlässige Anlauf-/Auskunftsstelle für Fragen, Buchungen etc. Für die Wege müssten laufend Personen von +/- 60 Jahren begeistert werden können (gilt im Übrigen auch für Museen oder anderen kulturellen Einrichtungen). Beispiele von engagierten Personen: Maur mit Kuratorin / Bauma mit Chronik (W. Ledermann), Museum Fischenthal (Ehepaar Rellstab). Für nachhaltige Themenwege brauchen wir Fans!</p>	
<p><b>4.4 Workshops</b>  Ursprünglich wurde ein Workshop mit der Projektbegleitung geplant. In Anbetracht der Grösse des Projekts und der grossen Anzahl Involvierten ist es sinnvoller, vier Workshops durchführen; dies wird auch von Erlebnisplan AG so empfohlen und ist eher Corona-konform. Des Weiteren sollten die vorgesehenen Projektleiter bereits ein gutes Vorwissen für „ihr“ Projekt haben. Die Projektmitglieder unterstützen dieses Vorgehen mit folgenden Vorgehen:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Es werden <u>4 Workshops</u> vorgesehen, moderiert durch die Projektbegleitung. Jacqueline Falk und Nathalie Humm werden ebenfalls eingeladen.</li> <li>Es entstehen Mehrkosten für 3 Workshops. Die Gemeinde Wila übernimmt auf Gesuch von Ueli die <u>Defizitgarantie</u> von max. Fr. 3'000.00, was sehr wohlwollend und dankend zur Kenntnis genommen wird.</li> <li>Die 4 Workshops sollten im <u>September oder Oktober 2021</u> terminiert werden. Terminabklärung mit Erlebnisplan und anschliessende Planung für die workshops ab ca. 17.00 Uhr. Doodle-Umfrage.</li> <li>Wir brauchen <u>Teilprojektleiter und mehr Wissensträger</u>. Bis zum 21. Juni werden die Rückmeldungen der Gemeinden bzw. den bisher bekannten Wissensträger erwartet. Falls sich von dieser Seite keine geeigneten Personen finden lassen, müssen aktiv mögliche Personen gesucht werden.</li> <li>Ueli nimmt mit jedem Mitglied der Projektleitung Kontakt auf und bespricht die Rekrutierung von geeigneten Personen.</li> <li>Personen, die genannt werden:  Stefan Böni / Ernst Hauser vom Lions Club.  Dominik Landwehr (Landenbergerwege) ist Lokalhistoriker und Publizist  Wolfgang Wahl, Wila, Historiker</li> <li>Vor dem Workshop mit der Projektbegleitung werden die involvierten Personen der einzelnen 4 Teilprojekte von uns Projektleitungs-Mitgliedern als Moderatoren vorinformiert. Ziel: vor den Sommerferien. Danach wird die Projektleitung bestimmt.</li> <li>Die Adressliste wird nach dem 21. Juni gemacht und den Projektleitungs-Mitgliedern zugestellt.</li> <li>Ueli wird das Projekt anlässlich einer Gemeindepräsidien-Versammlung vorstellen, so dass die Geldgeber aus erster Hand informiert sind.</li> </ol>	<p>Ueli</p>
<p><b>5. Fragen an erlebnisplan AG bündeln</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Workshop: es wird mit ca. 2 Stunden gerechnet, plus Vor- und Nachbereitung &gt; Mehraufwand?</li> <li>- Was ist nice to have, und wo können wir als Projektleitungs-Gruppe Kosten einsparen?</li> <li>- Welche Leistung können wir erwarten?</li> <li>- Was ist die wichtigste / zwingende Leistung der Projektleitungs-Gruppe / wer muss was bringen / Rollen?</li> <li>- Knackpunkte / wo könnte das Projekt scheitern?</li> <li>- Welche Unterlagen braucht Erlebnisplan von uns (Protokolle, Feedback)?</li> </ul>	

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Welche Aufträge erhalten wir von Erlebnisplan?</li> <li>- Was ist das Endprodukt (Gesamtvorschlag, Kostenschätzung)?</li> <li>- Schreiben wir den Projektbeschrieb, resp. den Bericht für die NRP?</li> <li>- Homepage: Empfehlungen, Kosten?</li> <li>- Adress-Nachweise für Involvierte, z.B. QR-Code-Anbieter, Suche nach Informatikern für Homepage, etc. – bekommen wir hier Adressmaterial?</li> <li>- CI – ein Corporate Identity oder 4 verschiedene?</li> </ul>	
<p><b>6. Kontakte zu Gemeindepräsidien und Wissensträgern</b>  Die Info über den Zwischenstand für Gemeindepräsidien und Wissensträger ist in Woche 21 erfolgt mit der Bitte um Rückmeldungen bis Montag, 21. Juni. Am 24. Juni wird Ueli über das Projekt noch mündlich informieren, anlässlich einer Sitzung mit den Gemeindepräsidien. Bisher sind keine Personen für die Projektleitung oder zusätzliche Wissensträger gemeldet worden.</p>	
<p><b>7. Verschiedenes / Umfrage / Pendenzen</b>  Die ZO-Journalistin vom Zürcher Oberländer ist Lea Chiapolini. Der digitale Text sollte Hanspeter Kocher nach seinem Spitalaufenthalt an Theo schicken. Theo wird mit der Journalistin abklären, wann ein guter Zeitpunkt für einen Artikel wäre.</p> <p>Der Tösstaler hat oft lokale Artikel publiziert (bis Bauma). Wäre ebenfalls eine gutes Medium für Umfragen.</p> <p>Adressliste nach dem 21. Juni 2021</p> <p>Arbeitsgemeinschaft Töss-Revitalisierung um Wila:  Ueli hat an der Information teilgenommen. Das kantonale Projekt umfasst etwa 800 m Länge und wird von 12 m auf 160 m Breite ausgebaut. Kosten: zwischen 10 und 50 Mio Franken, je nach Variante, Beginn: 2026. Die Sache ist noch nicht offiziell.</p>	<p>Theo</p> <p>Ueli</p> <p>Christa</p>
<p><b>8. Nächste Sitzung</b>  Mittwoch, 30. Juli, 15.00 Uhr, voraussichtlich im Sitzungszimmer Bauma</p> <p>Nach der Präsentation von Erlebnisplan am Freitag, 18. Juni, wird von der Projektleitungs-Gruppe möglichst entschieden, wie weiter, d.h. Erteilung Auftrags-Vertrag oder Absage und Suche einer anderen Projektbegleitung.</p>	

Rüti, 14.6.2021, Ch. Romer



## Aktennotiz

Projekt:	<b>Tössweg</b>
Betreff:	8. Arbeitssitzung Projektgruppe
Ziel:	Arbeitsgruppen sind organisiert
Datum /Zeit:	Mittwoch, 30.06.2021, 15:00 – ca. 17.00 Uhr
Ort:	Besprechungszimmer «Espen» 1. Stock Gemeindehaus, Dorfstrasse 41, 8494 Bauma
Teilnehmende:	Ueli Erb (Vorsitz) Christa Romer (Protokoll) Theo Gujer Daniel Gasser
Entschuldigt:	Hanspeter Meier
Verteiler:	Teilnehmende und Hanspeter Meier, Nathalie Humm, Jacqueline Falk, Christian Billau, Philipp Berweger
Verfasser/in:	Christa Romer
Beilage/n:	Adressliste vom 30.6.21 (wird laufend aktualisiert)

Traktandum	Wer
<b>1. Begrüssung / Einstieg</b> Ueli Erb begrüsst zur 8. Projektleitersitzung.	
<b>2. Aktennotiz der 7. Arbeitsgruppensitzung vom 18.6.21</b> Keine Änderungen oder Ergänzungen. Die Aktennotiz wird genehmigt und verdankt.	
<b>3. Rückmeldungen Gemeindepräsidien und Wissensträger</b> Von den 7 angeschriebenen Gemeindepräsidien (inkl. Wald) haben sich deren 4 gemeldet, d.h. Wila, Fischenthal, Wildberg und Wald. Wildberg wird aus Kapazitätsgründen nicht aktiv mitmachen, unterstützt aber das Projekt Tössweg. Am GP-Treffen Tössstal vom 29.6.21 in Rikon hat Ueli Erb unser Projekt vorgestellt und ist auf grossen Zuspruch gestossen. Es wurde wohlwollend zur Kenntnis genommen, dass zuerst NRP-Gelder für die Prüfung des Projekts zur Verfügung stehen. 10 Wissensträger haben die Zwischen-Info per Mail erhalten; davon sind 6 Rückmeldungen eingegangen. Allerdings sind auch einige Kontakte per Telefon gelaufen.  Zusätzliche Infos betreffend Rückmeldungen / Mitarbeit: <ul style="list-style-type: none"><li>- GR Simon Mösch, Wila wird die TP-Leitung vom TP 3 (Landenbergweg) machen (Konstituierung abwarten).</li><li>- Othmar Breitenmoser ist Leiter vom Ortsmuseum Wila, wurde von Wolfgang Wahl vorgeschlagen für TP 3; weiss sicher viel aus der Vergangenheit</li><li>- Margreth Koch ist betagt und hatte noch Kontakt zu zur Freifrau von Landenberg im Süddeutschen Raum. Sie war langjährige Präsidentin des Verkehrsvereins.</li><li>- Silva Bosshard war in der Kulturkommission. Wissensträgerin für später.</li><li>- Werner Rellstab ist an einer Chronik über „Töss und Wasser“. Thema: einst geplanter 48 m hoher Staudamm in der Tössscheide. Interessant für TP 1.</li><li>- Mitteilung von Walter Ledermann: Susanna Rüegg vom Verkehrsverein Bauma arbeitet auch gerne mit im TP 2.</li></ul>	



<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bienenzüchter Ernst Halbheer, wir punktuell mitmachen.</li> <li>- Simone Messner vom AWEL ist Projektleiterin für die Revitalisierung. Sie kann nicht regelmässig an Sitzungen teilnehmen, punktuell aber schon. Am 13.7. hat Ueli einen Termin für die Revitalisierungspläne an der Töss. Der Tössweg wäre ein gute Möglichkeit / Plattform für Informationen zur Revitalisierung.</li> <li>- Revitalisierung bei Wila: die Brücken mit genieteten Elementen stehen unter Schutz und stehen je nach Plänen der Revitalisierung im Weg. Dem kann begegnet werden mit Zugangsstegen zu den stehengelassenen Brücken, ohne dass diese noch eine Funktion haben.</li> <li>- Viktor Erzinger kann ebenfalls punktuell beigezogen werden; er kommt aber auch nicht an jede Sitzung.</li>   <li>- Cornel Doswald, Historiker und Fachexperte für historische Verkehrswege (war bei Via Storia angestellt). Er wird immer wieder als Schlüsselfigur genannt und hat uns auf Anfrage auch Unterlagen geschickt. Er ist schon länger daran, zusammen mit Claudia Fischer-Karrer von den Kulturdetektiven, den Industriepad zu erneuern (<a href="https://www.ipzo.ch/">https://www.ipzo.ch/</a>, d.h. <a href="https://www.ipzo.ch/ueber-uns/">https://www.ipzo.ch/ueber-uns/</a>). Die Themen dieses Kulturweges tangieren Teilabschnitte des Tössweges (TP 2). Allerdings weist Christa Romer darauf hin, dass nach Augenschein eines Teils des neuen Industriepfades, die Präsentation von unserem Themenweg besser und interessanter sein wird. Die Mitarbeit müsste gezielt und genau formuliert auf das Fachgebiet abgemacht werden, weil seine Dienste bezahlt werden müssten.</li>   <p><i>Recherche von Christa Romer nach der Sitzung; gemäss einer Aktennotiz vom Okt. 2017 von Max Trachsler ist Cornel Doswald damals daran interessiert gewesen, während den nächsten 3 Jahren Aufträge anzunehmen. Honorarvorstellung: Fr. 125.00/Std. oder Pauschale. Es hat sich damals kein Engagement ergeben. - Ob diese Konditionen aktuell noch gelten, müsste neu abgeklärt werden.</i></p> <li>- Der wissenschaftliche, historische Teil ist das Eine, der Erlebnisteil das Andere. Hier wird Erlebnisplan AG mit ihrer Erfahrung beraten müssen. Es ist unsere Aufgabe, Erlebnisplan über die Wissensträger zu informieren.</li>   <p>Sonstiges:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wir setzen Zeichen, indem wir die Projektleiter- und Teilprojekt-Sitzungen alternierend in einer der Gemeinden im Tösstal abhalten.</li> <li>- Im Restaurant Blume, Fischenthal, können unsere Sitzungen stattfinden. Kontakt über die Gemeindeschreiberin , Mirjam Peterhans.</li> <li>- <i>Nach der Sitzung: Im Amthaus Rüti hat es verschiedene Sitzungszimmer, die unentgeltlich reserviert werden können. Unterstützung durch Christa Thoma, GR Rüti und Vizepräsidentin der KuKoZO.</i></li> <li>- Zurzeit wird kein Aufruf für die Mitarbeit in den Teilprojekten in der Zeitung geplant. Grund: wir starten im kleineren Personenkreis mit um die 5 Personen, die jetzt bekannt sind. Später können die TP-Leitung oder wir mit bilateralen Kontakten die Gruppe ergänzen.</li> <li>- Wenn zu früh in eine Richtung gezogen wird (z.B. Vorschlag von Jaqueline Falk: „Melanie Mock vom T-Raumfahrt“) und sich diese Personen voll einbringen, fehlt die Gesamtsicht und die Offenheit im Projekt. So werden weitere, womöglich bessere Ideen, gar nicht erst entwickelt.</li> </ul> </ul>	
<p><b>4. Konstituierung Arbeitsgruppen</b>  Die Konstituierung ergibt sich nach einer ersten Information mit den möglichen TP-Mitgliedern. Die Adressliste vom 27.6.21 wird überarbeitet und mit TP-Nummern versehen (Beilage zum Protokoll).</p>	CR
<p><b>5. Interne Austausch in den Arbeitsgruppen</b>  Bevor wir mit Erlebnisplan AG die 4 workshops organisieren, gibt es ein Treffen mit den möglichen Teilprojekt-Mitgliedern.</p> <p>Ziele eines Themenweges sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Vermitteln von Wissen</li> <li>- Unterhalten (Edutainment)</li> <li>- Steigern der Erlebnisintensität</li> <li>- Verbessern der Besucherlenkung</li> </ul>	

- Erhöhen der touristischen Wertschöpfung
- Lenken der Wahrnehmung
- Stärken der Identifikation

#### a) Inhalte / Vorgehen

- Wo noch nicht geschehen: Versand Machbarkeitsstudie und Projektorganisation
- Vorinformation Projektübersicht Tössweg (alle 4 Wegabschnitte; ähnlich wie für den GP-Treff Tösstal) d.h. Geschichte Tössweg / was ist bis jetzt gelaufen / wie geht es weiter / was haben wir im Sinn: wir wollen 1 Tössweg mit 4 Teilabschnitten und verschiedenen Themen / Hauptziel und Teilziele (grobe Themenübersicht)  
**Ueli Erb macht eine Folie und schickt diese den Projektgruppen-Mitgliedern**
- Detailinformation entsprechendes Teilprojekt d.h. Länge und Topografie des Weges / Spezialitäten auf dem Weg / was wurde bereits gemacht (z.B. Gespräche, Begehung, Ideen, etc.) / Teilziel und Schwerpunkte / was ist noch zu tun bevor das Projekt startet (Begehung und Einbezug mit Erlebnisplan)
- Information und Möglichkeit für Fragen / welche Rollen spielen die Teilnehmenden / müssen sie aktiv werden oder „nur“ mitreden / was wird erwartet / Teilprojektleitung / evtl. Zuzug von weiteren Wissensträgern resp. Teilprojektmitwirkenden
- Information über die Aufgabe der Projektmitglieder, Konstituierung / wer macht die Projektleitung / was könnte der Beitrag im Projekt sein, bzw. welche Rolle würde im Projekt gerne übernommen (z.B. Beschaffung von Finanzen, Teilprojektleitung, etc.) / wir brauchen keine Allrounder / falls es Spezialisten braucht (z.B. QR-Code, Homepage, Textformulierung, etc.), werden diese gesucht und eingesetzt / was erwarten wir vom ersten Austausch mit den Teilnehmenden (Leute nicht zurückschrecken bzw. nicht abwürgen) / brauchen wir noch mehr, bzw. andere Leute im Projekt / bis wann benötigen wir Zu- bzw. Absagen für das Mitmachen im Projekt / wir wollen nicht nur Kultur, bzw. die Historie zeigen, sondern Erlebnisse hineinbringen / wir erwarten (noch) keine Lösungen oder Umsetzungsvorschläge, aber Ideen können eingebracht werden (Projektinputs) / Erlebnisplan prüft die Ideen und Umsetzungsmöglichkeiten

#### b) Teilnehmerinnen und Teilnehmer

Personelle Besetzung der Projektleitung:

Ueli Erb macht den Input und gewährleistet so, dass alle vom gleichen reden und die gleiche Traktandenliste haben. Christa Romer macht möglichst das Protokoll von den 4 Startsitzen (Basisdokument für Erlebnisplan). Es wird noch abgemacht, wer das jeweilige Teilprojekt vorstellt. Von der Projektleitungsgruppe können alle Mitglieder an den Teilprojekt-Sitzungen teilnehmen.

Die Struktur sollte in allen Teilprojekten gleich sein. Die Gemeindevertretungen, welche an zwei Teilprojekten zugeteilt wurden, können eine andere Vertretung aus der Gemeinde bestimmen. Durch die Gemeindevertretung sind die Gemeindepräsidenten jederzeit informiert. Durch die Mitglieder der Projektleitung in den Teilprojekten ist die Projektleitung samt Erlebnisplan immer auf dem Laufenden.

#### c) Grobtermine (Sommerferien vom 19.7.21 bis 22.8.21)

Ferien der Projektleitung:

Theo Gujer ist vom 17. Juli bis 14. August in den Ferien.

Daniel Gasser ist mehrheitlich zuhause, aber bei schönem Wetter unterwegs

Christa Romer ist mehrheitlich zuhause

Ueli Erb ist mehrheitlich zuhause

**Ueli Erb wird einen Doodle machen**

#### d) Lokalitäten

Lokalitäten für die Info suchen wir dann, wenn wir wissen wer und wo an den Sitzungen teilnimmt.

ERU

ERU

<p><b>6. Begehungen und Arbeitssitzungen Arbeitsgruppe / Erlebnisplan AG</b>  Das Traktandum wird verschoben. Ueli Erb klärt das Vorgehen mit Philipp Berwerger noch ab (z.B. zuerst Sitzung und später die Begehung). Die längeren Wegabschnitte können mit Velo oder Personentransport (Zivilschutz) organisiert werden, damit Geld gespart werden kann.</p> <p>Der Landenbergerweg dauert in der ganzen Länge rund 5 Stunden und es geht hinauf und hinunter. Hier müsste allenfalls ein Abschnitt als Themenweg ausgewählt werden. Die Familie von Philipp Berwerger wohnt in Gräslikon – evtl. macht er mal einen unverbindlichen Familienausflug.</p>	
<p><b>7. Finanzen</b>  <b>a) Auftragsbestätigung</b>  Hanspeter Meier hat die Auftragsbestätigung für Erlebnisplan unterschrieben und abgeschickt.</p> <p><b>b) Revidiertes Budget</b>  Ueli Erb präsentiert das überarbeitete Budget mit Fr. 40'000, bisher Fr. 30'000. Da wegen den vielen Personen coronabedingt 4 workshops geplant werden anstelle von einem, erhöht sich das Honorar für die Projektentwicklung. Ebenso wurden noch Honorare für Sachverständige und Experten eingesetzt.</p> <p><u>Diskussion:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Die Kulturkommission hat noch Geld, das wir beantragen könnten.</li> <li>- Nächstes Jahr brauchen wir rund Fr. 10'000 von den Gemeinden als erste Tranche, aufgeteilt nach Gemeindeanteil (Verteilschlüssel pro Einwohner). Deshalb sollten die Gemeinden zum jetzigen Zeitpunkt nicht um Geld angegangen werden.</li> <li>- Die Gemeinde Wila übernimmt die Defizitgarantie – das ist nur als absoluter Notnagel gedacht.</li> <li>- Mirjam Wüthrich als Stellvertretung von Daniela Waser (sie ist bis 8.7.21 in den Ferien) signalisiert, dass eine Erhöhung der NRP-Gelder beantragt werden könnte.</li> </ul> <p><u>Fazit:</u>  Ueli Erb wird zusätzliche NRP-Gelder beantragen wegen 3 zusätzlichen workshops, die coronabedingt anfallen.</p>	
<p><b>8. Verschiedenes</b></p> <p><b>Logo</b>  Zu welchem Zeitpunkt ein gemeinsames Logo / Schriftzug zur Verfügung stehen soll, ist noch schwierig abzuschätzen.</p> <p><u>Diskussion:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Zurzeit haben wir das kleine Logo für unsere Protokolle, Briefe etc.</li> <li>- Es wäre aber wünschenswert, wenn das Logo auch die Teilprojekte einschliesst.</li> <li>- Falls ein Teilprojekt nicht realisiert würde, müsste das Logo wieder neu überdenkt werden.</li> <li>- Erfahrungen beim JSW-Weg haben gezeigt, dass das Signet relativ früh bereit sein muss für die Tafeln.</li> <li>- Für die Entwicklung müsste der Grafiker die Hintergründe wissen und Vorschläge bringen (zeit- und kostenintensiv). Erlebnisplan hat bei der Präsentation auf ihre eigenen Illustratoren hingewiesen, so dass Kosten, Zeit für die Erarbeitung, etc. abgeschätzt werden können.</li> </ul> <p><u>Fazit:</u>  Offene Frage für Erlebnisplan.</p>	
<p><b>9. Nächste Sitzung</b>  Sobald die 4 Gruppen-Ergebnisse vorliegen, d.h.  <b>Donnerstag, 19.8.21. 13.30 Uhr, Ort wird noch bekannt gegeben</b></p>	



## Aktennotiz

Projekt:	<b>Tössweg</b>
Betreff:	9. Arbeitssitzung Projektgruppe
Ziel:	Erwartungen an die Begehungen und Workshops sind geklärt
Datum /Zeit:	Donnerstag, 19.8.2021, 13.30 – ca. 15.30 Uhr
Ort:	Altes Primarschulhaus, Stationsstrasse 11, 8492 Wila
Teilnehmende:	Ueli Erb (Vorsitz) Christa Romer (Protokoll) Theo Gujer Daniel Gasser
Entschuldigt:	Hanspeter Meier
Verteiler:	Teilnehmende und Hanspeter Meier, Nathalie Humm, Jacqueline Falk, Christian Billau, Philipp Berweger
Verfasser/in:	Christa Romer
Beilage/n:	-

Traktandum	Wer
<b>1. Begrüssung / Einstieg</b> Ueli Erb begrüsst zur 9. Projektleitersitzung.	
<b>2. Aktennotiz der 8. Arbeitsgruppensitzung vom 30.6.21</b> Keine Änderungen oder Ergänzungen. Die Aktennotiz wird genehmigt und verdankt.  Christa Romer wird zum Protokoll Landenbergerweg noch eine Korrigenda verschicken: Wolfgang Wahl meldet, dass die Wolfensberger AG den Alt-Landenberg-Hügel der Gemeinde schenken, nicht verkaufen, wird. Der Präsident der Chronikkommission Bäretswil (nicht Neutahl) heisst Pius Bischofberger.	
<b>3. Rückblick auf die 4 Startsitzen der Arbeitsgruppen</b> Es hat sich bewährt, dass die Information auf die vier Teilprojekte aufgeteilt wurde. Mit diesem Vorgehen konnten die Involvierten besser und individueller abgeholt werden als bei einem Grossanlass und die Inputs kamen explizit für das betroffene Gebiet. Im kleineren Rahmen haben sich die Teilnehmerinnen und Teilnehmer auch eher getraut mit Wortmeldungen.  <u>Wasserweg</u> Theo Gujer stellt fest, dass für den Wasserweg nicht so viele Leute teilgenommen haben. Vier Personen waren anwesend, weil sie beim Informationsanlass Landenbergerweg verhindert waren. Man spürte eine gewisse kritische Erwartungshaltung. Wahrscheinlich waren zu wenig Wissensträger anwesend. Mit Ernst Hauser ist jedoch ein Wissensträger im Boot, welcher viel von früher erzählen kann und auch über ein grosses Netzwerk verfügt. Je nach Thema werden punktuelle Wissensträger angefragt werden müssen.  <u>Landenbergerweg</u> Es sind sehr engagierte Personen im Projekt, die am liebsten gleich aktiv werden wollen. Sie müssen eher gebremst werden. Simon Mösch als Teilprojektleiter, Wolfgang Wahl und die beiden Wanderwegverantwortlichen sind Leute, die sich bestens für das Projekt eignen. Auch der Wirt vom Heuboden hat Ideen, wie er	

sich ins Projekt einbringen kann. Katrin Ruzicka als Gemeindevertreterin muss zu gegebener Zeit noch etwas aktiviert werden. Grundsätzlich wird festgestellt, dass der Funke gesprungen ist.

#### Baumerweg

An der Präsentation hat Christa Romer den Bahnweg erwähnt, welcher im Jahr 2018 vom DVZO angeregt wurde. Eigentlich wären diese Idee und die Wegführung von Bauma ins Neuthal der DVZO entgegen gekommen als Ergänzung ihres Angebots. Bauma hat bereits mehrere Attraktionen mit den Dampfbahn-Themen, dem Ortsrundgang und dem nahen Ensemble Neuthal. Ein weiterer Schwerpunkt mit dem Tössweg wäre schwierig zu toppen. Walter Ledermann (Chronik) und Susanna Rüegg (Verkehrsverein) haben auf Objekte im weiteren Umfeld von Bauma aufmerksam gemacht. Am Mittwoch-Abend, 18.8.21, hat eine Vorbesprechung auf den workshop vom 2.9.21 mit den beiden stattgefunden. Dabei wurde die neue Idee vom Teilprojekt Bauma vorgestellt, was auf gute Zustimmung stiess. Ebenso hatte Ueli Erb Kontakt mit Jean-Pierre Junod vom Bäretswiler Oldtimer-Museum. Ein Teil der Ausstellung (landwirtschaftliche und militärische Fahrzeuge) wird ab ca. 2023 in der Zeughaushalle Armasuisse in Saland umgesiedelt.

#### Quellenweg

Ueli Erb hat den Eindruck, dass der Funke gesprungen ist. Der Kanton (AWEL und ALN) kann in diesem Teilprojekt wichtige Beiträge leisten, wobei die Fachstelle Naturschutz auch noch vom Projekt überzeugt werden muss. Bis jetzt war es leider nicht möglich, mit der Zuständigen, Jacqueline Stalder, zu sprechen. Thomas Hofmann unterstützt das Projekt sehr, hat aber keine zeitlichen Ressourcen für eine aktive Teilnahme. Viktor Erzinger ist sehr engagiert und unterstützt das Projekt ebenfalls. Speziell war, dass der Vertreter von Wald und auch Gemeinderat Pfeiffer von Fischenthal (wohnhaft zwischen Ohrüti und Breitenmatt-Parkplatz) erstmals von den Renaturierungsplänen des AWEL hörten.

#### **4. Änderungsantrag „Kulturspaziergang“ Bauma**

Wie im Traktandum 3 beschrieben, wird der Kulturspaziergang Bauma angepasst. Die Wegstrecke soll entlang der Töss von Steg nach Saland führen. Die Bezeichnung für den Weg ist noch offen. Betroffen sind: DVZO: Stefan Bühler zeigt Verständnis für die Änderung, auch wenn er es begrüsst hätte, wenn ein Bahnweg von Bauma ins Neuthal realisiert worden wäre.

Neuthal / Industriepfad: Nora Baur, Leiterin Museum Neuthal zeigt ebenfalls Verständnis und auch Cornel Doswald ist informiert, dass wir ihn als Experte für Verkehrswege bei Bedarf gezielt anfragen. Hier ist zu erwähnen, dass viele Publikationen beigezogen werden könnten (Beispiel: Heimatspiegel zum Thema Brücken).

#### Beschluss:

Die Projektleitung beschliesst eine Änderung im Teilprojekt „Kulturspaziergang Bauma“. Die Wegführung von Bauma ins Neuthal wird nicht weiter verfolgt. Das Teilprojekt umfasst neu die Strecke: Steg – Bauma – Saland. Die Bezeichnung für das Teilprojekt ist noch offen.

#### **5. Was ist den Arbeitsgruppen besonders wichtig? Präzisierungen und Klärungen für Erlebnisplan AG**

Die Projektgruppe legt Wert auf eine gegenseitige transparente Arbeitsweise und formuliert verschiedene Punkte für Erlebnisplan AG. Ueli Erb wird die Punkte vorgängig mit Erlebnisplan besprechen.

**1. Es wird erwartet, dass Erlebnisplan AG alle Protokolle gelesen und verinnerlicht hat.** Alle Protokolle wurden absichtlich sehr ausführlich verfasst, so dass der Ablauf, offene Fragen und die Beweggründe auch für abwesende Personen nachvollziehbar sein sollten. Bei den vier Informationsveranstaltungen ist der erste Teil im Protokoll weitgehend identisch.

**2. Verbindung schaffen von allen Tösstalgemeinden.** Die Zusammenarbeit und die wirtschaftliche und touristische Entwicklung im Tösstal ist ein zentrales Anliegen. Man wünscht einen roten Faden, an den sich alle halten können. Erschwerend könnte sein, dass Gemeinden im Tösstal zu verschiedenen Bezirken (Pfäffikon, Hinwil und Winterthur) gehören. Dazu kommt, dass die Tösstaler mehrheitlich „ein eigenes Völkli“ und gegenüber „zu Neumodischen“ kritisch eingestellt sind.

ERU

<p><b>3. Hohe Wiedererkennung des Tössweges trotz / wegen den vier Teilprojekten.</b> Stichworte: Corporate Identity / Logo.</p> <p><b>4. Wir stellen uns Varianten / Vorschläge zum Auslesen vor in folgenden Bereichen:</b></p> <p>a) <b>Finanzen – das Projekt muss verkäuflich sein</b> (was müsste als Minimum umgesetzt werden können / Vorschläge für eine mittlere und Luxus-Variante)</p> <p>b) <b>Betriebskosten</b> (die Vorschläge für den Unterhalt müssen ausgewiesen werden).</p> <p>c) <b>Zeithorizont für das gesamte Projekt und / oder für einen Teil.</b> (Etappierung des ganzen Projekts oder einem Teil, Priorisierung, Möglichkeiten für die Weiterentwicklung durch die Trägerschaft(en), etc.</p> <p>d) <b>Welche Möglichkeiten für die praktische Umsetzung gibt es</b> (Ideen für die Postengestaltung: z.B. Einsatz von digitalen Mittel mit dem Wissen, dass im hintersten Teil kein Telefon-/Wlan-Empfang besteht, allenfalls Unikat im Tösstal, etc.)</p> <p><b>5. Reporting / Kommunikation:</b> Wir möchten frühzeitig und regelmässig erfahren, in welche Richtung im Projekt gearbeitet wird und Fragen stellen können, bevor das Endprodukt steht. Die Koordination mit der Ideenentwicklung ist für die Teilprojekt wichtig, da viele Freiwillige im Projekt mitarbeiten. Bei Fragen zu den Teilprojekten soll Erlebnisplan mit den entsprechenden Projektleitungs-Mitgliedern Kontakt aufnehmen; diese können auch spezielle Kontakte vermitteln. Die Projektleitung kann Erlebnisplan AG auch in Luzern besuchen.</p>	
<p><b>6. Begehungen und Arbeitssitzungen Arbeitsgruppe / Erlebnisplan AG</b></p> <p>Ueli Erb verteilt für das Teilprojekt Baumerweg und Landenbergerweg den Ablauf für die Begehung / den Workshop. Mit den vielen Vorgaben ist nun Erlebnisplan am Zug (Holprinzip) - sie werden Fragen stellen sowie Fotos und Notizen machen.</p> <p>Organisatorisches:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Der Ablauf Baumerweg und der Landenbergerweg sind organisiert</li> <li>- Beim Wasserweg (voraussichtlich 7.10.21) wir Theo Gujer sich Gedanken machen, was man anschauen möchte (lange Wegstrecke). Auch beim Quellenweg ist die Wegstrecke eher lang und bedingt eine gute Planung.</li> <li>- Die Projektleitungs-Mitglieder sind Hüter der Zeit.</li> <li>- Die Kosten für Kaffee und Imbiss werden von der Projektleitung übernommen.</li> <li>- Es wird dafür gesorgt, dass grössere Utensilien für den Transport abgegeben werden können.</li> <li>- Workshop: 3 Stunden – allenfalls ist die Planung zu lang bemessen, da viele Vorinformationen bereits vermittelt wurden.</li> <li>- Teilnahme mit aktiver An- und Abmeldung – Ueli Erb wird die Einladungen entsprechend verfassen</li> </ul>	Alle
<p><b>7. Dropbox</b></p> <p>Ueli Erb hat die Dropbox mit Simon Mösch eingerichtet und bereits viele Dokumente übertragen. Es ist ein informelles Tool, welches von allen Beteiligten genutzt werden soll. Diese Einrichtung ist besonders geeignet für grosse Datenmengen. Ueli Erb erstellt noch einen Ordner für jedes Projektgruppenmitglied.</p>	
<p><b>8. Verschiedenes</b></p> <p>a) <b>Finanzen</b></p> <p>Ueli Erb hat mit dem Regionalmanagement in Bauma über einen NRP-Nachtragskredit von Fr. 10'000.00 gesprochen. Es wurde signalisiert, dass der Kredit gesprochen wird. Nun braucht es noch die formelle Antragsstellung, welche Christa Romer vorbereitet.</p> <p>b) <b>Information an Zürcher Wanderwege</b></p> <p>Ueli Erb hat die Geschäftsstelle der Zürcher Wanderwege über das Töss-Projekt informiert. Es fand eine gute Zustimmung. Allerdings wird der Tössweg schwerlich in die Homepage „schweizmobil“ aufge-</p>	CR

<p>nommen, weil die Rahmenbedingungen total überarbeitet wurden (dreistellige Wegmarkierung / Tageswanderungen). Mit diesem Wissen wird es wichtig sein, gute Alternativen für die Publikationen zu überlegen.</p> <p><b>c) Regionalprodukte beim Regionalmanagement</b> Sabine Honegger, zuständig für Regionalprodukte bei Pro Zürcher Berggebiet wird neu auf die Adressliste genommen. Sie ist informiert, dass Nathalie Humm und Jacqueline Falk die Protokolle haben und wird aktiv bei Events.</p> <p><b>d) Beteiligung diverser Personen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- AWEL, Thomas Hofmann - Er selber hat keine Ressourcen, am Projekt mitzuarbeiten, stellt aber wenn immer möglich seine Dienste mit Equipment und Leuten zur Verfügung.</li> <li>- Ernst Hauser ist einer der wichtigsten Ansprechpartner im Projekt Tösswasserweg.</li> <li>- Stefan Boni, Unternehmer, wird wahrscheinlich der Teilprojektleiter beim Tösswasserweg.</li> </ul>	<p>CR</p>
<p><b>9. Nächste Sitzung</b></p> <p>Freitag, 24.9.21, 10.00 Uhr – Ort wird noch bekannt gegeben.</p>	<p>ERU</p>

Rüti, 22.8.2021, Christa Romer



## Aktennotiz

Projekt:	<b>Tössweg</b>
Betreff:	10. Arbeitssitzung Projektgruppe
Ziel:	Erste Bilanz Begehungen und Workshops ist gemacht
Datum /Zeit:	Donnerstag, 24.9.2021, 10.300 – ca. 11.30 Uhr
Ort:	Altes Primarschulhaus, Stationsstrasse 11, 8492 Wila
Teilnehmende:	Ueli Erb (Vorsitz) Christa Romer (Protokoll) Theo Gujer Daniel Gasser Hanspeter Meier
Entschuldigt:	-
Verteiler:	Teilnehmende sowie Nathalie Humm, Jacqueline Falk, Christian Billau, Philipp Berweger, India Valaulta
Verfasser/in:	Christa Romer
Beilage/n:	-

Traktandum	Wer
<b>1. Begrüssung / Einstieg</b> Ueli Erb begrüsst zur 10. Projektleitersitzung.	
<b>2. Aktennotiz der 9. Arbeitsgruppensitzung vom 19.8.21</b> Keine Änderungen oder Ergänzungen. Die Aktennotiz wird genehmigt und verdankt.	
<b>3. Rückblick auf die 3 Begehungen / Workshops</b> Das Vorgehen mit der individuellen Infoveranstaltung zu den einzelnen Wegabschnitten mit nachheriger Begehung / Workshops hat sich bewährt.  Die Tage selber waren sehr gut organisiert mit Zeitplan und Kartenmaterial, und wir hatten Wetterglück. Auf der Wanderung mit Wissensträgern, Behördenvertretungen, Erlebnisplan und den Mitgliedern der Projektgruppe war ein reger Informations-Austausch möglich. Am Workshop wurden alle Teilnehmenden animiert mitzumachen und die Gruppenarbeiten wurden gerne gemacht. Man darf gespannt sein, ob die gesammelten Inputs genügend konkret waren, auch in Hinblick auf die Gäste, die man ansprechen will (Qualität nicht Quantität).  Es wurde ein Tool aufgeschaltet mit der Möglichkeit, „Vergessenes“ oder „was man noch sagen wollte“ einzubringen. Das Tool wird erst nach der vierten Begehung / Workshop geschlossen.  Was auffiel: es sind keinerlei Umsetzungs-Inputs von Erlebnisplan erwähnt worden. Bei den Wissensträgern wollte sich vielleicht der eine oder andere noch mehr einbringen. Es wurden keine Stichworte mit Umsetzungs-Ideen gesammelt. Es wurde nicht provoziert mit Ideen und die Reaktionen ausgewertet.  Erlebnisplan hat noch kaum ein Projekt bearbeitet, in welchem so viel Vorarbeit geleistet wurde. Sie haben die Protokolle und Akten studiert. Ihr Fokus war die Gesamtübersicht und nicht das Eingehen auf Details. Es wurde ein grosses Volumen an Informationen vermittelt und jetzt sind die Spezialisten an der Arbeit. Das	



<p>wird so akzeptiert. Die Projektgruppen-Mitglieder sind der Meinung, dass man sich mit einem ersten Wurf überraschen lassen möchte am 12.11.21 in Luzern, auch wenn bei jedem die einen oder anderen Ideen im Hinterkopf sind. Dazu können an dieser ersten Information Fragen gestellt werden.</p>	
<p><b>4. Ausblick auf die Begehung / Workshop Sennhof-Wila</b>  Ueli Erb wird die Details mit den definitiven Teilnehmenden nochmals verschicken. Er selber ist am 30.9..21 nicht dabei. Christa Romer und Katrin Ruzicka werden mit dem Auto unterwegs sein (es hat noch zwei freie Plätze im Auto). Für den Workshop hat Ueli Erb folgendes vorbereitet: Beamer sowie Sandwiches und Trinken wird vor Ort sein, die Begleichung der Rechnung für die Raummiete übernimmt er nach seinen Ferien. Eine Spezialbewilligung für die Befahrung der Wanderwege mit dem Velo gibt es nicht, aber fast parallel zu den Wanderwegen führt auch der Veloweg.</p> <p>Es ist eine eher grosse Teilnehmerliste. Sonja Vetsch behält sich vor, bei schönem Wetter auf ihrem Bauernbetrieb zu arbeiten. Stefan Graf (Togra) hat extra Termine verschoben, um dabei zu sein. Stefan Böni hatte an der Informationsveranstaltung die Idee mit dem Schiff. Daniel Rüegg hat weder Handy noch E-Mail. Hanspeter Meier wird sich um ca. 16.00 h ausklinken. Tina Egg ist nur am Workshop dabei.</p>	
<p><b>5. Grundsatzdiskussion: Zürcher Oberland oder „nur“ Tösstal (Input von Nathalie Humm)</b>  Das Regionalmanagement ist angewiesen, ihre Aktivitäten immer mit Fokus auf das ganze Zürcher Oberland auszurichten und jetzt kommt ein Projekt für „nur“ das Tösstal. Sie wird das Ganze noch mit Daniela Waser und Mirjam Wüthrich besprechen und Ueli Erb darüber berichten.</p> <p>Unsere Projektgruppe hat den Auftrag erhalten, einen Tössweg zu realisieren. Grundlagen waren u.a. der nicht mehr aktuelle Töss91-Weg sowie die Studie von Hans Thalmann Töss 2030. Dies betrifft das Tösstal und nicht andere Gebiete im Zürcher Oberland, und dafür haben wir auch NRP-Gelder erhalten. Die Gemeinde Wald zählt zwar nicht ganz zum Tösstal, ist aber betroffen wegen des Quellgebietes der Töss und auch die Gemeinde Zell könnte man nicht mehr zum Tösstal zählen, aber sie möchten mitmachen am Projekt. Diese beiden Gemeinden sind auch wegen der Textilindustrie betroffen und der ehemaligen Tösstalbahn von Winterthur Grütze nach Wald (<a href="https://de.wikipedia.org/wiki/T%C3%B6sstalbahn">https://de.wikipedia.org/wiki/T%C3%B6sstalbahn</a> ).</p> <p>Die Projektgruppe spricht sich wie folgt aus: Wir wollen ein Projekt für das Tösstal, auch aus politischen Überlegungen. Erstmals haben Gemeinden aus drei Bezirken ein gemeinsames Projekt.</p>	<p>Nathalie Humm</p>
<p><b>6. Austausch mit Erlebnisplan am 12.11.2021 in Luzern</b></p> <p><b>a) Programm und Teilnehmende</b>  Die Projektgruppe begrüsst es, dass der erste Zwischenbericht für Mitte November angesetzt ist. Falls Erlebnisplan Ideen hätte, die in eine andere Richtung gehen als sich das die Projektgruppe vorstellt, könnte man noch korrigierend Einfluss nehmen.</p> <p><u>Teilnehmende:</u>  Teilnehmen wird die gesamte Projektgruppe wobei Hanspeter Meier sich noch melden kann, falls er auch Zeit hat. Simon Mösch als Teilprojektleiter sollte auch dabei sein und allenfalls Stefan Böni (s. Trakt.8 b) Simon Mösch bringt die Sichtweise eines Gemeinderates ein und hat Familie mit kleinen Kindern. Stefan Böni ist sehr kreativ und visionär und hat ein gutes Gespür als Unternehmer.</p> <p><u>Planung:</u>  Falls allen der Freitag-Morgen passt, würden wir früh auf den Zug, damit wir ca. 10.00 Uhr in Luzern sind, uns ca. 2 Stunden über das Projekt informieren lassen, zusammen etwas essen, und am Nachmittag wieder nach Haus fahren. Falls der Nachmittag geplant werden muss, starten wir mit dem Mittagessen. Ueli Erb wird die Planung entsprechend gestalten</p> <p><b>b) Erwartungshaltung</b>  Wir erwarten:  - Konkrete Vorschläge (auch Arten der Installationen / Manpower / Profis oder Laien / Freiwilligenarbeit)</p>	<p>Ueli Erb</p>

<p>- Varianten (auch in finanzieller Hinsicht) Bei der Präsentation im Januar sollten wir wenig Varianten präsentieren und erklären, warum diese und keine andere Ideen weiterverfolgt wurden.</p> <p>In unserer Projektgruppe gibt es auch Ideen, die allenfalls besprochen werden können. Vielleicht gibt es Kontroversen zu den Vorschlägen. Fokus auf Tössweg als Gesamtprojekt und auf die 4 Teilabschnitte.</p>	
<p><b>7. Finanzen</b></p> <p><b>a) NRP Nachtragskredit</b> Der Nachtragskredit von Fr. 10'000.00 wurde bewilligt und wird von Hanspeter Meier und Ueli Erb gegenzeichnet, was von der Projektgruppe mit grosser Freude zur Kenntnis genommen wird.</p> <p><b>b) Aktueller Kostenstand</b> Für die Informationsveranstaltungen sowie die Begehungen / Workshops wurden bisher rund Fr. 13'600.00 ausgegeben.</p>	
<p><b>8. Verschiedenes / nächste Sitzung</b></p> <p><b>a) Link Youtube-Film von Roger Rüegg</b> Der Film hat gute Drohnen-Aufnahmen von der Töss. Inhaltlich ist nicht alles ganz korrekt, aber je nach Projekt kann man allenfalls Sequenzen brauchen.</p> <p><b>b) Teilprojektleiter für den Tösswasserweg</b> Ueli Erb beauftragt Christa Romer und Theo Gujer, mit Stefan Böni zu reden. Er wäre in geeigneter Kandidat für diese Aufgabe mit kreativen und visionären Ideen, aber auch Unternehmer genug, um zu sehen, was realistisch ist. Falls er sich diese Aufgabe vorstellen kann, sollte er im November auch nach Luzern mitkommen.</p> <p><b>c) Teilprojektleitung für den Baumerweg / Tössquellenweg</b> Ueli Erb hat noch keine Idee, wen man für diese beiden Abschnitte anfragen könnte. Die Projektgruppe sollte Hüterin sein für das Gesamtprojekt und nicht unbedingt Teilprojekte leiten.</p> <p><b>d) Verschiedene Überlegungen zu den Teilprojekten</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Es ist einfacher, einen Projektleiter zu gewinnen, wenn man bereits einen konkreten Umsetzungs-Plan hat.</li> <li>- Wir wollen den Tössweg als Ganzes realisieren und Teil-Etappen möglichst miteinander oder zeitnah nacheinander planen. Es wird befürchtet, dass sonst das Projekt scheitert.</li> <li>- Es muss ein gewisser Projekt-Druck aufrecht erhalten bleiben.</li> <li>- Das Verbindende muss gut sichtbar gemacht werden (roter Faden)</li> <li>- Die einzelnen Etappen dürfen nicht gegeneinander ausgespielt werden.</li> <li>- Die Finanzierung muss sorgfältig angegangen werden, d.h. Gesuche für einzelne Wegabschnitte und / oder Gesuch für einen Gesamtkredit für verbindende Elemente. Wie die Finanzierung gemacht wird ist noch offen (solidarisch / nach Kilometer-Abschnitten / pro Gemeinde / etc.) Auch ist zu beachten, was bereits an Installationen vorhanden ist (z.B. Turbinenhaus in Turbenthal).</li> <li>- Folgekosten / Betriebskosten: dies wird ein grosser Knackpunkt sein.</li> <li>- Trägerschaft: allenfalls ergibt sich aus den Verkehrsvereinen eine Trägerschaft. Diese sind bis jetzt in den verschiedenen Gemeinden sehr unterschiedlich organisiert.</li> <li>- Konkurrenz zwischen den Gemeinden: wird als nicht vorhanden taxiert. Es ist eher das Gegenteil der Fall und man schätzt die Zusammenarbeit. Die Vernetzung unter den politischen Behörden ist wichtig, auch in Hinblick auf die neue Legislaturperiode.</li> <li>- Hanspeter Meier dankt der Projektleitung für die gute und professionelle Arbeit.</li> </ul> <p><b>e) Projektleitung für die Umsetzung</b> Ueli Erb hält fest, dass wir im Projekt in der Phase 2 / 3 sind und es wieder einen Meilenstein geben wird. Er hat bisher mehr als 40 % Arbeitszeit eingesetzt. Für die nächste Etappe (Detailplanung) möchte er nicht</p>	<p>Ch.Romer Theo Gujer.</p>

<p>mehr so viel Zeit investieren. Es ist noch offen, was die Arbeit des Gesamtprojektleiters beinhaltet – dies ist sicher auch abhängig vom Einsatz und den Fähigkeiten der Teilprojektleitungen und ob Erlebnisplan weiterhin im Projekt bleibt. Sicher ist, dass die Kontakte und Gespräche (Beziehungsarbeit) mit allen Beteiligten das A und O ist, so wie Ueli Erb das bis jetzt mit viel Engagement gemacht hat. Die Koordination der verschiedenen Stellen ist nicht immer einfach, auch wenn bisher von fast allen Seiten die Unterstützung signalisiert wurde. Sicher ist auch, dass es aus Akzeptanz-Gründen einen Projektleiter aus dem Tösstal braucht.</p>	
<p>Ueli Erb schliesst die Sitzung etwas früher als geplant, so dass noch zusammen ein Kaffee getrunken werden konnte.</p>	

Rüti, 25.9.2021, Christa Romer



## Aktennotiz

Projekt:	<b>Tössweg</b>
Betreff:	11. Arbeitssitzung Projektgruppe
Ziel:	Rückmeldungen Austausch in Luzern sind gebündelt, Kommunikationskonzept ist angedacht, nächste Schritte sind definiert
Datum /Zeit:	Freitag, 03.12.2021, 19:00 – 21:00 Uhr
Ort:	Gemeindehaus, Kugelgasse 2, 8492 Wila
Teilnehmende:	Ueli Erb (Vorsitz) Christa Romer (Protokoll) Theo Gujer Daniel Gasser Simon Mösch, GR Wila Michael Hutzli, comm.care gmbh
Entschuldigt:	Hanspeter Meier
Verteiler:	Teilnehmende und Entschuldigte, sowie Nathalie Humm, Jacqueline Falk, Christian Billau, Philipp Berweger, India Valaulta
Verfasser/in:	Christa Romer
Beilage/n:	Berichte der Projektleitung: „das gefällt mir“, „das gefällt weniger“, „das ist mir auch noch aufgefallen“

Traktandum	Wer
<b>1. Begrüssung / Einstieg</b> Ueli Erb begrüsst zur 11. Projektleitersitzung. In der Zwischenzeit hat der Schulterblick in Luzern stattgefunden. Im Anschluss der Präsentation hat sich die Projektleitung für ein Kommunikations-Konzept ausgesprochen. Michael Hutzli wird seine Überlegungen / Offerte für das Kommunikationskonzept für die Vermarktung des Projekts präsentieren.	
<b>2. Aktennotiz der 10. Arbeitsgruppensitzung vom 24.9.21</b> Keine Änderungen oder Ergänzungen. Die Aktennotiz wird genehmigt und verdankt.	
<b>3. Rückblick auf den Austausch bei Erlebnisplan AG</b> Ueli Erb hat vorgängig zu dieser Sitzung um konkrete Aussagen zur Präsentation in Luzern gebeten (was gefällt, was nicht und was ist auch noch aufgefallen), welche schriftlich vorliegen - Beilage zum Protokoll. (+ positiv aufgefallen / - negativ aufgefallen / ...auch noch aufgefallen (neutral))  <b>Es ist festzuhalten, dass die Anschauungen der 5 Personen teilweise übereinstimmen, sich aber auch widersprechen – s.a. Zusammenfassung am Schluss des Traktandums</b>  + Vom Weg zum Erlebnisraum – gibt mehr Chancen, um Themen einzubringen, + Veloverleih + Treffpunkt-Idee - Veloverkehr auf Wanderwegen - Verkehrsentwicklung (hat im Projekt gefehlt) - Lösungsansätze zu buchbaren Angeboten fehlen ... Die Präsentation hat den Fokus auf die Familie, Einzelwanderer Ü50 sind nicht angesprochen	

<p>... Schweiz.mobil entfällt, um das Angebot zu vermarkten</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Erlebnisplan hat verstanden, um was es geht und welche Effekte erreicht werden sollen</li> <li>+ Wasserspielplatz Neuguet mit der Idee, das Schwimmbad zu öffnen (Bsp. Marzili Bern)</li> <li>+ Landenbergwege: Aufteilung ist super (Altlandenberg und Breitlandenberg könnten auch mit Rundweg geplant werden)</li> <li>- Treffpunkte mit Stelen und Bänkli – ist sehr aufwändig / Tafeln wären allenfalls besser / Standorte müssen zwingend beim ÖV sein</li> <li>- Maskottchen: Personen Ü50 fühlen sich nicht angesprochen / Kanäle für Kinder attraktiv gestalten fehlt</li> <li>- Keine Velovermietung: im Tösstal hat es bereits zu viel Veloverkehr / an Wochenende Shuttle-Büsli oder Pferdefuhrwerk anbieten und während der Woche das Fahrzeug als Abruftaxi nutzen (Waldweg).</li> </ul> <p>... Verkehrsweg-Regime: keine Durchmischung von Wander- und Velowegen</p> <p>... kein Weg, sondern Erlebnisräume: gibt Möglichkeiten, punktuell auf noch mehr Sachen aufmerksam zu machen, die speziell besucht oder gebucht werden, z.B. Restaurant Heuboden, Seitentäler mit Giesen, Höhlen, etc.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Maskottchen als Identifikationsfigur gefällt (roter Faden); allerdings nur ein Name / Vorschlag: Tossa (falls der Name nicht geschützt ist).</li> <li>+ Erlebnisweg für die drei Burgen: kurze Distanzen für Familien. Schatzsuche animiert, dass Familien mit Kindern drei Mal das Tösstal besuchen</li> <li>+ Plättliweg ist sehr originell, leider liegt er nicht im eigentlichen Tösstal. Zusammenarbeit mit Wald</li> <li>- Der Abschnitt zwischen Fischenthal, Steg und Bauma hat am wenigsten Potential (Begründung ist einleuchtend), aber diese Gemeinden könnten sich benachteiligt fühlen.</li> <li>- Etappierungsplan für kurz- mittel- und langfristige Umsetzung fehlt / Trägerschaft ist sehr wichtig / diese Rahmenbedingungen müssen angedacht werden</li> <li>- Keine Kostenschätzungen vorhanden für die Vermittlungsformate, evtl. Beispiele aus anderen Projekten</li> </ul> <p>... Einerseits sind die Befürchtungen der Einheimischen aufgenommen worden „zu viel Tourismus“, andererseits fehlen Lösungsvorschläge: Parkplatz-Leitsystem, Bewirtschaftung von Abfall, WC etc., auch an Wochenenden.</p> <p>... Abweichung von der ursprünglichen Planung „kein Veloweg“ könnte Chance sein mit guter Vermarktung: Einmaligkeit in der Region: Erlebnisfahrt. Die Präsentationen müssten der Zielgruppe angepasst sein. Allenfalls Alternative mit Kombi ÖV/Wandern anbieten.</p> <p>... Baden in der Töss: Besucherlenkung wahrnehmen / Angebote WC, Abfall, etc.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Idee Treffpunkt: vor allem Turbenthal mit dem Kiesplatz, Restaurant, Turbinenhaus eignet sich sehr gut.</li> <li>+ Wasserspielplatz Neuguet gefällt auch mit verschiedenen Ausbaustufen. Wasserspielplätze sollten auch an anderen Orten an der Töss angeboten werden, allenfalls mit anderen Spielplatz-Einrichtungen.</li> <li>+ Identifikationsfigur Willa (oder anderer Name) sollte nicht zu kindlich wirken. Lösung für ganzen Weg wäre sehr gut</li> <li>+ Interaktive Modelle einbauen (Bsp. Plättliweg)</li> <li>+ Sackgasse Bachscheidi: Hin- und Rückweg mit verschiedenen Themenschwerpunkten</li> <li>- Neuer Leitsatz würde die Tösstaler schockieren: vielfältigster Erlebnisraum im Kanton</li> </ul> <p>... Thema Baden und Genuss hat zwei Seiten, weil mehr Leute die Töss besuchen. Chance, auf ausgesuchte Orte zu fokussieren.</p> <p>... themenbezogenes Leitsystem könnte Skeptiker beruhigen: Besucherlenkung</p> <p>... Thema Nachhaltigkeit statt zu viel „action“: kommt zu wenig zum Ausdruck und ist heute ein Schlagwort, welches überall angewendet wird.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ gesamtheitliche und konzeptuelle Planung als Erlebnisraum (keine getrennten Konzepte)</li> <li>+ Maskottchen, als raumübergreifende Identifikationsfigur mit Stimmung von Natur</li> <li>+ fokussierte Ausrichtung auf verschiedene Zielgruppen, insbesondere auch Kinder, über alle Wege</li> <li>- Junge Erwachsene und Personen Ü50 kommen zu kurz</li> <li>- Aspekt Wertschöpfung für das lokale Gewerbe ist noch zu wenig ausformuliert. Es sollten noch konkretere Ideen für die Umsetzung vorliegen</li> </ul>	
---	--

- Verkehr- und Besucherlenkung sollte nicht nur als weiteres Entwicklungspotential aufgeführt, sondern im Grobkonzept enthalten sein.
- Leitsatz: „Vielfal“ sagt alles und nichts. Müsste genauer definiert werden
- ... wir sind noch nicht an diesem Punkt, dass der Erlebnisraum ganzheitlich geplant und umgesetzt werden kann. Es braucht Zeit und Geld, um die Details zu planen
- ... das Tösstal bietet ein ausgezeichnetes Entwicklungspotential für die ganze Region
- ... ein Entwurf für die zeitliche Umsetzung muss vor der Präsentation besprochen werden

### **Fazit Schulterblick bei Erlebnisplan:**

#### Grundsätzliches:

- Von der Projektleitung sind recht unterschiedliche Punkte (+/-/...) aufgenommen worden, die nochmals überdenkt werden. Anschliessend wird die definitive Stossrichtung festgelegt.
- Die Vorschläge von Erlebnisplan gefallen grundsätzlich; viel mehr Vorschläge werden nicht benötigt, da sonst die Präsentation zu lange wird. Anmerkung: Priorisierung der Vorschläge zusammen mit der PL vor der Präsentation nochmals besprechen
- Unser Leitsatz / Ziel für das Projekt (an wen ist er gerichtet) im Januar nochmals thematisieren. Falls sich die Bewohnerinnen und Bewohner des Tösstals damit nicht identifizieren sollten, könnte es Diskussionen geben.

#### Was fehlt oder noch vertieft werden müsste:

- Die Befürchtung von „zu viel Tourismus“ ist aufgenommen worden; nun braucht es noch vertiefte Lösungsansätze, in welcher Art dem begegnet werden kann, zum Wohl der Bewohnerinnen und Bewohner (prioritär behandeln).
- Lösungsansätze Verkehrs- und Besucherlenkung muss ersichtlich sein (Struktur der Erlebnisräume)
- Etappenplan, Vorschlag für die Umsetzung, (mit PL bereinigen)
- Kostenschätzungen für Realisierung und Betrieb
- Touristische Wertschöpfung noch mehr betonen, mit einem oder zwei gut machbaren Beispielen
- Identifikationsfigur als roter Faden für den Erlebnisraum wird begrüsst, allenfalls Figur anpassen und deren Einsatz noch besser erläutern
- Zielgruppen (Familien mit Kindern) ist akzeptiert, wo gibt es aber Attraktionen für Personen Ü50 (Restaurants/Genuss)?

#### Überlegungen:

Die Präsentations- und Mitwirkungsveranstaltung vom 22. März 2022 richtet sich an alle Personen, die bereits in irgendeiner Art in das Projekt einbezogen wurden (Präsentation, Begehung, Workshop).

- Diese Personen werden ihren Kommentar abgeben (welchen / in welcher Form / Rückmeldungen).
- Wenn diese Personen für das Projekt gewonnen werden können, ist das ein erster Gradmesser
- Diese Personen sind positive Meinungsträger mit Einfluss auf andere Bewohnerinnen und Bewohner
- Ob das Projekt gutgeheissen wird, entscheiden die Gemeindevertretungen (auch Geldgeber), aber erst im Frühling, d.h. nicht an der ersten Präsentation.

#### Geschichte:

Theo Gujer weist darauf hin, dass die Erhebung Industrielandschaft / Kulturerbe bei rund 25 Gemeinden sowie eine Bachelor-Arbeit das Tösstal als interessanter Raum für eine Kulturwelt bestimmt hat, dies vor allem zur Geschichte der Textilindustrie und zu den Verkehrswegen. Der Tössweg 2030 soll ein verbindendes Projekt für die Gemeinden für Raum- und Wirtschaftsentwicklung dienen.

Ueli Erb bemerkt, dass die Kulturkommission dieser Projektgruppe den Auftrag erteilt hat, ein Projekt auszuarbeiten als Ersatz für den Töss91-Weg. In der Zwischenzeit zeigt sich, dass es sich vor allem um ein Wirtschaftsförderungs- / Tourismusprojekt handelt. Er wird aus diesem Grund das Regionalmanagement über den Zwischenstand informieren und die Möglichkeiten / Ansprechpersonen / Kapazitäten für die Unterstützung im Projekt anfragen. Gemäss Protokoll vom 24.9.21, Punkt 5, ist Ueli Erb informiert worden, dass der Schwerpunkt „Tösstal“ weiterhin so bearbeitet werden soll, auch wenn das Regionalmanagement das ganze Zürcher Oberland im Fokus haben muss.

<p><b>Aufgaben:</b>  Die Projektleitung unter Beizug von Michael Hutzli muss sich nochmals beraten, über</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Botschaft Kernmotivation: warum will man einen Erlebnisraum Tössstal (dieses Ziel müssen alle verstehen)</li> <li>- Visionen und Leitgedanken</li> <li>- die Schwerpunkte: sich nicht verzetteln (Gemeinsamkeiten betonen / Gesamtprojekt spüren)</li> <li>- Grundkonzept / Priorisierung / Kontext (was würden die Geldgeber am ehesten finanzieren)</li> <li>- Kommunikation: allgemein und an der ersten Veranstaltung (wie argumentieren wir / mit wem / wann)</li> <li>- Definition der Aufgaben / Dienstleistung des Regionalmanagements anlässlich einer Präsentation der bisherigen Arbeit von Erlebnisplan AG. Das Regionalmanagement Zürioberland sowie das House of Winterthur müssen zukünftig zwingend ins Projekt einbezogen werden.</li> </ul>	<b>Projekt- leitung</b>
<p><b>4. Kommunikationskonzept</b></p> <p>Nach dem Schulterblick bei Erlebnisplan hat sich die Projektleitung für ein Kommunikationskonzept ausgesprochen, nicht zuletzt auch wegen den eher negativen Erfahrungen in der Gemeinde Wila (Revitalisierung der Töss, etc.). Michael Hutzli ist angefragt worden als erfahrener Mann in der Medienbranche, als diplomierter Verkaufs- und Marketingleiter und als Experte für Kommunikationsfragen.</p> <p>Er präsentiert seine Offerte in drei Teilen:</p> <p><u>Entwicklung Markenkonzept «ErlebnisRaumTöss»</u>  Das Markenkonzept entspricht einem übergeordneten Marken-Leitbild und stellt sicher, dass Werte, Vision, Strategie und Positionierung der Marke mittels definierter Gestaltungs- resp. Designelementen (Farbe, Typografie, Logo, Tonalität, Claim) erlebbar gemacht wird. Die entsprechende Zusammenarbeit resp. der Austausch mit erlebnisplan AG ist bereits initiiert.</p> <p><u>Entwicklung Kommunikationskonzept</u>  Ein Kommunikationskonzept stellt die integrierte Kommunikation in Bezug auf die Massnahmen, Formen, Instrumente, Mittel, Träger und Prozesse sicher. Das geplante Kommunikationskonzept ist auf die Phase 2 des Projektes ausgerichtet und fokussiert dabei primär die Präsentation an die Bevölkerung resp. alle relevanten Anspruchs- und Interessensgruppen im Februar 2022.</p> <p><u>Logo-Gestaltung «ErlebnisRaumTöss» (3null Grafik + Kommunikation)</u>  Die Marke «Erlebnisraum Töss» braucht ein Gesicht, einen visuellen Auftritt, welcher an die Identifikationsfigur und das Konzept der erlebnisplan AG angelehnt sein soll. Die Logo-Entwicklung ist somit erfolgskritisch.</p> <p>Seine Ausführungen zeigen, dass sich die Logogestaltung aus dem Marketingkonzept ergibt. Für die Öffentlichkeit relevant ist die Erlebbarkeit. Dies muss visualisiert werden über gestalterische Elemente (Form, Farbe, etc.) mit einer Marke, einem Logo etc. Diese Ansicht vertritt auch Erlebnisplan. Wir haben in diesem Projekt unglaublich viele Anspruchsgruppen, auch solche, die mitreden wollen. Darum muss klar sein, mit welcher Zielgruppe man wann über welche Themen redet, d.h. Sicherstellung einer integrierten Kommunikations-Lösung. Dies braucht viel Fachwissen und ist zeitintensiv.</p> <p>Ueli Erb geht auf das <u>Materielle</u> ein: Das Kommunikationskonzept ist ein wichtiges Instrument der Projektleitung. Sie wird Erlebnisplan auch instruieren, wie die Kommunikation organisiert ist. Inhalt des Kommunikationskonzepts wird es sein, mit wem wir wann kommunizieren müssen. Welche Inhalte werden kommuniziert und was wollen wir damit erreichen / steuern. Wir wollen eine ehrliche Kommunikation mit der Öffentlichkeit, und dies mit Fachblick und Struktur, die auch Sponsoren und andere Geldgeber überzeugt. Gefahrenbereiche und mögliche Stolpersteine gilt es vorgängig zu erkennen. Die Kommunikations-Strategie gilt für die zukünftige(n) Trägerschaft(en), die Tourismusfachleute und Behörden. Das Arbeitspapier muss sich auf Änderungen einstellen können.</p>	

Fazit Kommunikationselement für die Projektleitung:

- Wem müssen wir was in welcher Tonalität sagen (Teil der Führungs-Philosophie)
- Was müssen wir nicht kommunizieren
- Welche Strukturierung braucht es
- Wer redet mit wem
- Pressearbeit konkret planen
- Zeitplan aufstellen

Die Offerte zeigt sich wie folgt:

Position	h	Ansatz	Preis in CHF
Entwicklung Markenkonzept «ErlebnisRaumTöss»	16	150.00	2'400.00
Entwicklung Kommunikationskonzept	32	150.00	4'800.00
Logo-Entwicklung <sup>1)</sup>			<u>875.00</u>
<b>Total Brutto</b>			8'057.00
./ Neukundenrabatt 15%			<u>1'211.25</u>
<b>Total Netto</b>			6'863.75
Zzgl. MwSt. 7.7%			<u>528.51</u>
Rundungsdifferenz			-0.01
<b>Total Netto/Netto inkl. MwSt.</b>			<b>7'392.25</b>

1) inkl. 2 –3 Logovorschläge, Ausarbeitung und Reinzeichnung. Korrekturen, Anpassungen und Ergänzungen werden im Aufwand à CHF 90.00 pro Stunde verrechnet.  
Sämtliche Positionen beinhalten das zugehörige Projektmanagement

Optionale Zusatz-Offerte 2 (Der Informationsbedarf ändert nach Abschluss der Projektphase)

Projekt-Website «ErlebnisRaumTöss» (3null Grafik + Kommunikation)

Die Projekt-Website ist das zentrale Portal für die vorgängige und fortwährende Information und Wissensvermittlung an alle internen und externen Anspruchsgruppen sowie die Bevölkerung.

Erarbeitung Manual CorporateDesign

In der aktuellen Projektphase ist es wohl noch nicht erfolgskritisch, dass die grundsätzlichen Einsatzregelungen für das Corporate Design (speziell Logo, Farben, Schrift etc.) definiert sind. Allerdings bietet sich diese Option für die Phase Umsetzung auf jeden Fall an.

Position	h	Ansatz	Preis in CHF
Projekt-Website <sup>1)</sup>			3'275.00
Corporate Design Manual			<u>500.00</u>
<b>Total Brutto</b>			3'775.00
./ Neukundenrabatt 10%			<u>377.50</u>
<b>Total Netto</b>			3'397.50
Zzgl. MwSt. 7.7%			<u>261.60</u>
<b>Total Netto/Netto inkl. MwSt.</b>			<b>3'659.10</b>

1) inkl. Konzeption & Layout, Microsoft 365 Business Basic mit 1 E-Mail-Adresse, Website-Builder, Domain pro Jahr, SEO, Mobile-Optimierung, Bereitstellpaket Mail & Domain  
Sämtliche Positionen beinhalten das zugehörige Projektmanagement  
Korrekturen, Anpassungen und Ergänzungen werden im Aufwand à CHF 90.00 pro Stunde verrechnet.

In der Diskussion wird klar, dass die Homepage zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht zwingend nötig ist. Michael Hutzli weist darauf hin, dass eine Homepage aktuell sein und funktionieren muss, vor allem in Verbindung mit QR-Codes. Zurzeit ist wix oder wordpress aktuell.



<p><b>Beschluss Kommunikationskonzept</b></p> <p>Die Projektleitung beschliesst wie folgt:</p> <p>Wie in einem Projekt kommuniziert wird, kann über Erfolg und Misserfolg entscheiden. Inhalt, Zeitpunkt, Art und Personenkreis muss sorgfältig geplant werden. Im Budget der Projektleitung fehlt ein entsprechender Budgetposten. Unter diesen Rahmenbedingungen entscheidet die Projektleitung wie folgt:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Für das Projekt ErlebnisRaum Töss wird ein Kommunikationskonzept benötigt.</li> <li>2. Im Budget wird unter Unvorhergesehenes CHF 2'500.00 für das Kommunikationskonzept aufgenommen.</li> <li>3. Der fehlende Betrag wird gemäss Gemeindepräsident Hanspeter Meier von der Gemeinde Wila in Aussicht gestellt. Die Projektleitung ist darüber sehr erfreut und dankt für das Entgegenkommen. Simon Mösch wird einen entsprechenden Antrag an den Gemeinderat stellen. Sobald der Antrag bewilligt wird, kann der Auftrag definitiv erteilt werden.</li> <li>4. Der Auftrag für das Kommunikationskonzept geht an Michael Hutzli gemäss seiner Offerte, Teil 1, d.h. Kostendach CHF 7'400.00. Der Auftrag gilt ab 13. Dezember 2021, vorbehältlich der Sicherstellung der Finanzierung (s. Punkt 3).</li> <li>5. Ueli Erb, bzw. Simon Mösch werden Michael Hutzli telefonisch benachrichtigen, ob der Auftrag definitiv ist.</li> </ol>	<p>Simon Mösch/ Ueli Erb/ Michael Hutzli</p>
<p><b>5. Nächste Schritte</b></p> <p>Ueli Erb erinnert daran, dass wir gemäss Vorgehensplan immer noch in der Phase 2 „Kickoff“ stehen. Vor einem halben Jahr wurde intensiv an der Zielsetzung gearbeitet, sowohl für das Gesamtprojekt als auch für die Teilprojekte. Somit ist dieser Prozess gemacht, muss aber nochmals mit der Perspektive verifiziert werden. Es darf keinen Widerspruch zwischen den Vorstellungen der Projektleitung und erlebnisplan geben.</p> <p>Bevor die 3. Phase (Planung) beginnt, brauchen wir eine Projektorganisation und eine Trägerschaft. Das „WIE“ und „WER“ ist noch offen. Für die Vorfinanzierung muss ein Budget aufgestellt und Sponsoren gesucht werden. Ueli Erb kann sich die Projektorganisation etwa so vorstellen: Trägerschaft (zum Beispiel Verein mit Vertretern von Kanton, Gemeinden, Gewerbe uvam.), Projektleitung mit Milizpersonen (in etwa wie bisher), zwei externe Projektbegleitungen (1. Kreative PB / 2. Organisatorische, rechtliche, bautechnischen PB). Für die Projektorganisation müssen Personen und geeignete Firmen gesucht werden. Erlebnisplan könnte die Aufgabe PB 1 übernehmen. Auch das finanzielle Controlling ist ein Thema. Thema für übernächste Sitzung.</p> <p>Wir haben an verschiedenen Orten kommuniziert, dass im Januar eine erste Informationsveranstaltung stattfinden wird. In der Diskussion ist klar, dass zu diesem Zeitpunkt das Kommunikationskonzept bereits greifen muss. Michael Hutzli kann die Swot-Analyse vorher machen, aber die strategische Positionierung ist abhängig von der normativen Ebene, d.h. der Vision der strategischen Ziele samt Prinzipien, Normen und Spielregeln.</p> <p>An der ersten Präsentation sind alle Personen eingeladen, die an Workshops oder Begehungen dabei waren, so dass nicht bei Null angefangen werden muss. Von der Gemeinde sind es noch Personen der laufenden Legislatur-Periode. Es muss ein Gefäss geben, wo sich diese Personen einbringen können, z.B. mit einer Feedback-Runde, Fragebogen, Online-Formular, etc.</p> <p>Anschliessend wird Erlebnisplan einen Projektbericht erstellen, welcher sich auch an Personen richtet, die sich noch nicht tiefer mit dem Projekt befasst haben. Hier ist keine Rückmeldungs-Runde angedacht. Ab Juni (neue Legislaturperiode und viele neue Gemeindevertretungen), wird nochmals eine Präsentation geplant, dann mit konkretem Finanzierungsplan.</p> <p>Somit gibt es zwei unterschiedliche Zielsetzungen für die beiden Präsentationen. Dennoch sollte an der nächsten Projektleiter-Sitzung folgendes thematisiert werden: Stolpersteine, Vision(en), Leitsätze, Motivationen für die Bevölkerung.</p>	<p>Ueli Erb</p>

<p>Ueli Erb hat abgeklärt, wann welche Gemeinden ihre Sitzungstermine und Schulferien haben, um ein gutes Datum für die erste Präsentation zu finden. Neben den Gemeindevertretungen sind auch Wissensträger und Wissensträgerinnen sowie Personen aus dem Kanton (Forst, AWEL, etc.) eingeladen; man rechnet mit rund 50 Personen (s.a. Adressverzeichnis). Als Uhrzeit wird um 17.00 Uhr als ideal erachtet.</p>	
<p>Beschluss für das weitere Vorgehen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Die Veranstaltung findet nicht im Januar 2022 statt, da die Projektleitung die an dieser Sitzung aufgenommenen Punkte nochmals umfassender besprechen möchte.</li> <li>b) Als Termin wird vorgeschlagen: <b>Dienstag, 22. März 2022, 17.00 Uhr</b>, Restaurant Blume Fischenthal. <i>(im Anschluss an die Sitzung hat Erlebnisplan gemeldet, dass sie den Termin wahrnehmen können).</i></li> <li>c) Ueli Erb wird die Örtlichkeit noch abklären, ob dann das Lokal frei ist. <i>(ist in der Zwischenzeit erfolgt und der Saal ist reserviert)</i></li> <li>d) Christa Romer wird ein Schreiben an die voraussichtlich geladenen Gäste entwerfen mit Hauptpunkt des verschobenen Datums für die Informations-Veranstaltung. Versand vor Weihnachten.</li> <li>e) Ueli Erb, Simon Mösch und Michael Hutzli treffen sich vor der nächsten Sitzung, um das Kommunikationskonzept im kleinen Kreis zu besprechen.</li> <li>f) Verschoebene Traktanden: <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Projektpräsentation</li> <li>b) Politische Meinungsbildung</li> <li>c) Umstrukturierung Trägerschaft / Projektorganisation</li> <li>d) Finanzierung</li> </ul> </li> </ul>	<p>alle</p>
<p><b>6. Finanzen</b></p> <p><b>a) Entschädigungen</b>  Ueli Erb präsentiert einen Vorschlag für die Spesen / Entschädigung der Projektleitung. Er hat Rückmeldungen erhalten, dass der Projektleiter eine höhere Entschädigung als die Mitglieder erhalten soll. Christa Romer weist darauf hin, dass er viel Zeit und Kosten für Vernetzungsarbeit, Besuche etc. aufgewendet hat und dass die höhere Entschädigung auch die grosse Wertschätzung von den Mitgliedern der Projektleitung ausweist. Ueli Erb dankt für die Wertschätzung, verzichtet aber auf eine höhere Entschädigung und wird die Liste wie verteilt zur Auszahlung einreichen (CHF 735 / 688 / 555 / 653): total: CHF 2'631.00</p> <p><b>b) Aktueller Kostenstand</b>  Bis jetzt wurden CHF 13'800.70 ausgegeben. Budgetiert sind CHF 39'422.90 (mit dem Anteil für das Kommunikationskonzept). Erlebnisplan hat mit einer ersten Akonto-Rechnung abgerechnet: CHF 31'322.20.</p>	
<p><b>7. Verschiedenes / nächste Sitzung</b></p> <p>Nächste Sitzung: <b>Freitag, 21. Januar 2022, 14.00 Uhr</b>, im alten Primarschulhaus Wila</p>	
<p>Ueli Erb schliesst die Sitzung kurz nach 21.00 Uhr.</p>	

Rüti, 08.12.2021, Christa Romer



## Aktennotiz

Projekt:	<b>Tössweg</b>
Betreff:	12. Arbeitssitzung Projektgruppe
Ziel:	Gemeinsame Vision schärfen, Leitsätze Erlebnisplan überprüfen
Datum /Zeit:	Freitag, 21.01.2022, 14:00 – 16:40 Uhr
Ort:	Altes Primarschulhaus, Stationsstrasse 11, 8492 Wila
Teilnehmende:	Ueli Erb (Vorsitz) Christa Romer (Protokoll) Theo Gujer Daniel Gasser Simon Mösch Michael Hutzli
Entschuldigt:	GP Hanspeter Meier, Mirjam Wüthrich, Standortförderung ZO
Verteiler:	Teilnehmende und Entschuldigte, sowie Mirjam Wüthrich, Christian Billau, Philipp Berweger, India Valauta
Verfasser/in:	Christa Romer
Beilage/n:	-

Traktandum	Wer
<p><b>1. Begrüssung / Einstieg / Informationen</b> Ueli Erb begrüsst zur 12. Projektleitersitzung und informiert über den aktuellen Stand des Projekts:</p> <p>a) Michael Hutzli hat seit der letzten Sitzung die Entwürfe für das Kommunikations- und Markenkonzzept erstellt. Unter Traktandum 3 werden Vision und zugehörige Leitsätze geschärft. Die endgültigen Fassungen werden an einer weiteren Sitzung erarbeitet.</p> <p>b) Simon Mösch hat Vorschläge zur Mitwirkungsveranstaltung, Traktandum 5.</p>	
<p><b>1.1 Informationen über die Sitzung vom 19.01.22 mit Standortförderung Zürioberland (SZO)</b> Mirjam Wüthrich lässt sich für diese Sitzung entschuldigen. Michael Hutzli und Ueli Erb waren im Büro Bauma; anwesend waren Mirjam Wüthrich und Jacqueline Falk. Daniela Waser liess sich entschuldigen.</p> <p><b>Rolle der SZO im Projekt:</b></p> <p><u>Unterstützung durch die SZO auf Anfrage:</u></p> <p>a) Das Projekt Tössweg wird von der SZO als sehr vielversprechend taxiert. Die Rückmeldungen zum Konzeptentwurf Erlebnisplan decken sich weitgehend mit bereits gemachten Erkenntnissen der Projektleitung.</p> <p>b) Das Projekt wird bei der SZO im Bereich Tourismus angegliedert, nicht mehr bei Kultur &amp; Gesellschaft, d.h. Ansprechperson ist Mirjam Wüthrich.</p> <p>c) Die Standortförderung Zürioberland wird behilflich sein, Kontakte herzustellen, d.h. das Projekt kann vom SZO-Netzwerk profitieren. Es wird von der Projektleitung Tössweg das Hol-Prinzip erwartet, wobei die knappe Kapazität der SZO-Arbeitszeit berücksichtigt werden muss.</p> <p>d) Ebenso werden Kommunikationskanäle zur Verfügung gestellt: Outdooractive, Buchungsplattform, Newsletter, Social Media, Zürioberland Mgazin, Radio Zürisee, TCS-Plakate. Einige Kanäle sind in Abklärung wie Zürioberland Medien sowie Publikationen von Schweiz Tourismus.</p>	

<p>e) Anlaufstelle für NRP-Gesuche, welche bei der SZO geprüft und weitergeleitet werden.</p> <p>f) Bei der Umsetzung wird es gegenseitige Informations- und Unterstützungssitzungen geben.</p> <p>g) Die Projektleitung informiert die SZO über die Publikumspräsentation in der Blume Fischenthal vom 22.3.22, an welcher Mirjam Wüthrich teilnehmen wird. Die definitive Rolle / Mitwirkung der SZO wird noch definiert.</p> <p><u>Selbständigkeit im Projekt für die Projektleitung:</u></p> <p>h) In der neuen Organisation SZO gibt es keine Kulturkommission mehr. Die aus dieser Kommission entstandene Projektgruppe „Kulturwege Zürioberland“, welche Theo Gujer präsidiert, muss mit einem Leistungsauftrag neu positioniert werden. Dies ist noch pendent.</p> <p>i) Auch für die Projektleitung Tössweg hat diese Neuorganisation Auswirkungen, insbesondere, wer der eigentliche Auftraggeber für das Projekt Tössweg ist, d.h. Überarbeitung des Organigramms sowie Trägerschaft und Prüfung der Partner für die Leistungsvereinbarung. In der jetzigen Phase kann noch ohne diese Klärung weiter gearbeitet werden.</p> <p>j) Für das Projekt soll das Logo „Zürioberland“ nicht verwendet werden. Es wird daher ein eigenes Logo / eine eigene Marke eingesetzt werden, und auch eine eigene website.</p> <p>k) keine Mitwirkung durch Mitarbeitende der SZO im Projekt selber, d.h. keine Teilnahme an Sitzungen, Übernahme von Arbeiten, etc.</p> <p>l) kein Tour-Operator für Angebote rund um das Projekt, weder personell noch über die Website SZO. Diese Leistung müsste bei der SZO per Leistungsauftrag „eingekauft“ werden.</p> <p>m) keine finanzielle Unterstützung. Falls ein Teil des Projekts einen kulturellen Hintergrund hat, kann ein Gesuch gestellt und mit einen bescheidenen Beitrag gerechnet werden.</p> <p>n) Die Projektleitung fühlt sich nach diesen Entwicklungen frei, mit verschiedene Organisationen zusammenzuarbeiten und allenfalls auch Offerten für den Einkauf von Leistungen einzuholen.</p>	
<p><b>2. Aktennotiz der 11. Arbeitsgruppensitzung vom 3.12.21</b> Keine Änderungen oder Ergänzungen. Die Aktennotiz wird genehmigt und verdankt.</p>	
<p><b>3. Leitsätze und Visionen</b> Michael Hutzli präsentiert Vorschläge zur Vision und die daraus abgeleiteten Leitsätze. Im Plenum werden die Aussagen überarbeitet. Man ist sich bewusst, dass sich aus dem Projekt „Tössweg“ eine Tourismus-Organisation für das Tösstal entwickelt hat. An der nächsten Sitzung (2. Lesung) werden die definitiven Formulierungen abgenommen und mit der Präsentation Erlebnisplan abgeglichen.</p> <p><u>Vision</u> Der ErlebnisRaum Tösstal stellt die Region, ihre einzigartige Natur, ihre bewegte Geschichte, Gegenwart und Zukunft ins Zentrum. Er stärkt die Identifikation und das Wir-Gefühl der Tösstaler Bevölkerung und bietet dem respektvollen Besucher eine Auszeit, weckt Neugier, vermittelt Wissen, schafft Erlebnisse und bleibende Erinnerungen.</p> <p><b>Botschaften (Bezug zu Ängsten = intern)</b> <b>Zunahme Tourismus / Zielgruppe:</b> Wir fördern einen sanften Tourismus und richten uns auf respektvolle Besucherinnen und Besucher aus. Ziele sind die Förderung des Zusammengehörigkeitsgefühls im Tösstal und eine touristische Wertschöpfung in der Region.</p> <p><b>Nachhaltigkeit / Naturschutz</b> Wir setzen uns aus Überzeugung und mit umfassenden Massnahmen für einen nachhaltigen Umgang mit den natürlichen Ressourcen ein.</p> <p><b>Abfall, Littering, Infrastruktur</b> Wir schützen Natur und Mensch vor unnötigen und übermässigen Immissionen (Lärm, Abfall, Verunreinigung). Wir stellen genügend sanitäre Anlagen zur Verfügung. Wir streben eine Anbindung an den öffentlichen Verkehr an, achten aber dennoch auf bereits vorhandene Parkierungsmöglichkeiten.</p>	<p>alle</p>

### **Besucherführung**

Wir stellen eine umfassende und auf die gesellschaftlichen Bedürfnisse der Besucherinnen und Besucher resp. der Anwohnerinnen und Anwohner und aller weiteren Interessensgruppen abgestimmte Besucherführung sicher.

### **Kosten**

Wir achten sowohl in der Projektierungs- als auch in der Umsetzungsphase und im Betrieb auf einen bewussten Umgang mit den finanziellen Ressourcen.

### **Grund- / Landbesitzer, Bevölkerung**

Wir streben einen kontinuierlichen und aktiven Austausch mit allen Grund- und Landbesitzern, der Bevölkerung und allen weiteren Anspruchsgruppen an und beziehen sie mit ein. Wir sind offen für konstruktive Anregungen.

### **Wahrnehmung / Sinnfrage**

Wir würdigen den ErlebnisRaum Tösstal als ein sanftes Tourismusprojekt mit Wachstumspotenzial, gezielte Standortförderung und überkommunal verbindendes Projekt aber prioritär als Lebensraum von Mensch und Tier.

### **Unterhalt / Pflege**

Wir haben einen hohen Anspruch an die Inszenierungen und Erlebnisse und stellen die hohe Qualität mittels gezielter Unterhalts-Massnahmen sicher.

### **Aufgabe:**

Michael Hutzli bittet um Rückmeldungen zu seinen Arbeitspapieren.

Mit den geschärften Leitsätzen wird das Konzept Erlebnisplan überprüft werden.

## **4. Marken- und Kommunikationskonzept, 1. Lesung**

Die erste Lesung der beiden Konzepte wird auf die nächste Sitzung verschoben. Es werden lediglich kurz die in Bearbeitung befindlichen Logos besprochen. Die Vorgabe für die sechs Logovorschläge (Markenkonzept-Entwurf, S. 10) war „Wasser / Fluss / Natur“, und die Farben „blau und grün“. Die Projektgruppenmitglieder würden mit diesen Vorgaben gerne einen weiteren Vorschlag prüfen, nämlich ein Logo aus den Haaren vom Maskottchen „Wila“ von Erlebnisplan.

### **Diskussion:**

- a) Für das Logo ist eine grosse Wiedererkennung unabdingbar
- b) Man möchte definitiv keine Gemeinde-Wappen im Logo
- c) Wettbewerb für das Logo: ist eine gute Idee und gäbe Gratis-PR, aber dazu ist keine Zeit mehr
- d) Logo mit Basis „Haare vom Maskottchen“: wird als gute Idee erachtet
- e) Maskottchen: Erlebnisplan hat Urheberrecht auf die Figur, aber wir haben das Benutzungsrecht. Eine Weiterbearbeitung der Haare vom Maskottchen für das Logo ist nicht urheberrechtlich geschützt. Erlebnisplan informieren.
- f) Die Frage, ob wir in den nächsten rund sechs Wochen ein endgültiges Logo haben müssen, wird mit ja beantwortet. Dazu wird auch der Wortlaut benötigt, entweder Erlebnisraum Töss oder Erlebnisraum Tösstal.

### **Beschluss:**

Das Logo soll mit dem Wortlaut „Erlebnisraum Tösstal“ weiter bearbeitet werden. Grund:

- Geografisch (das Projekt umfasst nicht den ganzen Flusslauf und die Region wird eingegrenzt)
- Mit dem Zusatz „Tal“ werden auch die Regionen oberhalb des Flusses einbezogen

<p>Noch offen: Wer darf die Marke „Erlebnisraum Tösstal“ für sich benutzen. Aus den Ausführungen von der SZO (s. Punkt 1.1) wird abgeleitet, dass „Zürioberland“ nicht die Dachmarke ist.</p>	
<p><b>5. Informations- und Mitwirkungsveranstaltung</b></p> <p>Gemäss Ueli Erb muss ein Grundsatzentscheid gefällt werden über die Art der Veranstaltung. Ebenso müssen die Rollen von Projektleitung, Erlebnisplan, SZO und der IG Tössweg für diese Veranstaltung geklärt sein.</p> <p>Simon Mösch hat Vorschläge zur Informations- und Mitwirkungsveranstaltung zusammengestellt, auch in Hinblick auf die unklare Situation mit der Pandemie:</p> <p>a) Präsenzveranstaltung und alle Verantwortlichen des Projekts sind vor Ort &gt; Nachteil für Personen, die am Anlass nicht teilnehmen können  b) Nur digital &gt; Nachteil, dass der persönliche Kontakt / Austausch wegfällt  c) Mischform &gt; gebündelte Information, die auch später digital abrufbar ist</p> <p>Diskussion - Mischform ist Favorit aus folgenden Gründen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Digitale Sequenzen benötigen viel Vorarbeit, sind aber am Anlass selber effizient und kontrolliert</li> <li>- Der ganze Konzeptteil von Erlebnisplan ist aufgenommen</li> <li>- Man sieht vor Ort, welche Personen sich für das Projekt informieren (positive/negative Stimmung)</li> <li>- Personen die nicht teilnehmen können, sind auch informiert</li> <li>- Mischform ist besser als virtuelle Vorstellung, wo man sich live einschaltet</li> <li>- Planung: Einladung mit Ablauf am 4.3 verschicken</li> <li>- Es wäre wichtig, wenn alle Gemeindepräsidien vertreten wären</li> <li>- Keine Fragen vor Ort beantworten – bedingt ein sehr gutes Tool für die externe Mitwirkung im Anschluss an die Präsentation</li> <li>- Es wird vermittelt, dass nach den Rückmeldungen die definitive Version von Erlebnisplan ausgearbeitet wird</li> <li>- Gemäss Michael Hutzli könnte die bereits eingerichtete Dropbox für das vertonte pdf benutzt werden. Der Link wird mit der Einladung verschickt</li> <li>- Gemäss Michael Hutzli hat er bereits die Adresse „Erlebnisraum Tösstal“ reserviert für die Homepage (Reservation kostet noch nichts)</li> </ul> <p>Offene Fragen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Was braucht Erlebnisplan von uns, damit sie die Präsentation so für den 22.3.22 aufnehmen können (vertontes pdf).</li> <li>- Frage, ob sie vor Ort sein müssen / wollen (Kosten)</li> <li>- Frage, wie sich die Projektgruppe präsentiert (Länge der Vorstellung)</li> <li>- Die SZO soll sich einbringen; Mirjam Wüthrich sollte vor Ort sein</li> <li>- Soll die Präsentation auf den eigenen PC heruntergeladen werden können / dürfen</li> </ul> <p>Ueli Erb wird dieses Thema mit Philipp Berweger besprechen. An der nächsten Projektleiter-Sitzung wird die Organisation der Informations- und Mitwirkungsveranstaltung nochmals aufgenommen.</p>	<p>Ueli Erb/ Simon Mösch</p>
<p><b>6. Finanzen</b></p> <p>Der Gemeinderat Wila hat im Sinne einer Übergangsfinanzierung die Kosten von Fr. 7'500 für das Kommunikationskonzept bewilligt mit der Auflage, dass entweder ein NRP-Nachtragskredit beantragt wird, oder dass der Betrag nachträglich ins Budget für die Umsetzung aufgenommen wird.</p> <p>Zurzeit muss kein NRP-Antrag gestellt werden. Ueli Erb hat die Offerte von Michael Hutzli und den Beschluss des Gemeinderates Wila der SZO übergeben zur Prüfung eines Zusatzkredites.</p> <p>Die Entschädigungen für die Projektmitglieder sind vor Weihnachten erfolgt. Die Kosten sind im Griff.</p>	

<p><b>7. Verschiedenes / nächste Sitzung</b></p> <p>Ueli Erb hat verschiedene Treffen geplant:</p> <p><b>26.1.22: Treffen mit Simon Wegmann vom Büro Suter Von Känel Wild.</b> Er ist Fachexperte, Leitender Raumplaner, Mitinhaber und Dipl. Ing. Raumplaner FH sia EMBA FHO <a href="https://www.skw.ch/">https://www.skw.ch/</a> Sein Büro ist führend für öffentliche Gemeindeplanungen und das Projekt interessiert ihn sehr. Weil er bereits Mitglied in verschiedenen Arbeitsgruppen im Tösstal ist (Depotareal / Tössrevitalisierung, Quartierplan, etc.), wird eine Mitarbeiterin von ihm den „Erlebnisraum Tösstal“ betreuen, fall es zur einem Auftrag käme.</p> <p><b>28.1.22: Treffen mit Phillip Berweger. Erlebnisplan</b> wird ebenfalls für eine Offerte angefragt.</p> <p>Nächste Schritte: Bis zum 22.3.22 muss die Projektorganisation bereinigt sein. Die Finanzierung für die Anstellung von Fachleuten wird noch eine Knacknuss sein – angestrebt wird ein Gesuch bei den Gemeinden mit einem Beitrag pro Einwohner. Dies wird an der nächsten Sitzung traktandiert.</p>	
<p>Theo Gujer hat von Frau Isabel Sauter, Energiebüro Zürich eine Anfrage erhalten, was die Projektleitung Töss plant. Sie hat die Adresse von Marin Kägi der Hermann Bühler AG erhalten und ist beauftragt, ein Erhaltungskonzept für die Kraftwerke an der Töss zu erarbeiten. Im Konzept soll nicht nur auf die Technik eingegangen werden, sondern auch auf den Nutzen als Erlebnisraum, Natur, etc.</p> <p>Die Projektleitung ist damit einverstanden, dass Frau Sauter für die Informationsveranstaltung im März eingeladen wird (Aufnahme in die Adressliste).</p>	
<p><b>Nächste Sitzungen:</b></p> <p>Freitag, 25. Februar 2022, 14.00 Uhr, im Schulhaus Wila Mittwoch, 9. März 2022, 14.00 Uhr, Ort noch offen</p>	

Rüti, 25.01.2022, Christa Romer

**Aktennotiz**

Projekt:	<b>Tössweg</b>
Betreff:	13. Arbeitssitzung Projektgruppe
Ziel:	Marken- und Kommunikationskonzepte bearbeiten Informationsveranstaltung planen
Datum /Zeit:	Freitag, 25.02.2022, 14:00 – 16:30 Uhr
Ort:	Altes Primarschulhaus, Stationsstrasse 11, 8492 Wila
Teilnehmende:	Ueli Erb, Projektleiter (Vorsitz) Christa Romer, Aktuariat (Protokoll) Theo Gujer, Kulturwege ZO Daniel Gasser, Zürcher Wanderwege Simon Mösch, GR Wila Michael Hutzli, Kommunikation
Entschuldigt:	Hanspeter Meier, GP Wila
Verteiler:	Teilnehmende und Entschuldigte, sowie Mirjam Wüthrich, Christian Billau, Philipp Berweger, India Valauta
Verfasser/in:	Christa Romer
Beilage/n:	Keine – alle Beilagen befinden sich in der Dropbox unter 13. PL-Sitzung

Traktandum	Wer
<p><b>1. Begrüssung / Einstieg</b> Ueli Erb begrüsst zur 13. Projektleitersitzung.</p>	
<p><b>2. Aktennotiz der 12. Arbeitsgruppensitzung vom 21.1.2022</b> Keine Änderungen oder Ergänzungen. Die Aktennotiz wird genehmigt und verdankt.</p>	
<p><b>3. Marken- und Kommunikationskonzept, inkl. Logo, 1. Lesung</b></p> <p><u>Grundsätzliches</u> Gemäss Michael Hutzli geht es um das provisorische Festsetzen des Marken- und Kommunikationskonzepts.</p> <p>Beide Dokumente sind sehr professionell und umfangreich. Es wäre hilfreich, die wichtigsten Inhalte „für den schnellen Leser“ zusammenzufassen.</p> <p>Das Markenkonzept wird nach nochmaliger Bearbeitung, Abnahme und visuellem Auftritt abgeschlossen. Das Kommunikationskonzept wird fortlaufend weiter bearbeitet. Michael Hutzli wird dies als bezahlte Arbeit in der Projektleitung fortführen, falls das Projekt zum Laufen kommt.</p> <p><u>Stand Markenkonzept (Umsetzungsphase)</u> Diskussion:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Daniel Gasser hinterfragt, dass Wanderer Ü50 nicht mehr als Zielgruppe erwähnt sind wie dies ursprünglich im Fokus war. Wir wollten ja auf die Homepage „schweizmobil“ kommen und Wander-Perlen anbieten.</li> <li>- Ein Tourismus-Projekt ist weiter gefasst als ein Wander-Projekt</li> </ul>	<p><b>Michael Hutzli</b></p>



- Die Zielgruppe hat Einfluss auf die Vermarktung, d.h. wo werden die Angebote publiziert. Z.B. Hello Family, schweiztourismus, etc. Ziel: wo erreichen wir die meisten Leute der zu bewerbenden Zielgruppe.
- Den „Wanderer“ gibt es nicht wie Studien zeigen. Hauptgruppen beim Wandern sind junge Frauen oder arrivierte Männer.
- Es kommt beim Wandern auf das Gebiet an, z.B. Ferienwanderungen, Freizeitvergnügen, Familienausflüge, Exkurse, etc.
- Wir haben in den Modulen genügend Angebote für verschiedene Zielgruppen.
- Die Angebote beinhalten Gehzeiten von 1 – 3 Stunden, also ideal für verschiedene Zielgruppen. Ebenso können die Wege besucht werden, ohne Benützung der Angebote oder Beachtung des Maskottchen.
- Die beiden neuen Vorschläge für das Logo gefallen. Die Idee, die Haare vom Wassergeistchen aufzunehmen, ist gut umgesetzt worden, auch die Farben. Oben grün für die Hügel und unten blau für das Wasser.
- Diskussion über: Text farbig kontra Text schwarz / Wellenlinien verbunden mit Text oder abgesetzt
- Die feinen Wellenlinien beim Wasser wären beim Kleben schwierig zu handeln, aber man kann auch eine weisse Fläche unter das Logo setzen, z.B. für Kleber

#### Beschluss

- a) Der neue Vorschlag von Logo Nr. 1 (Text schwarz und ohne Verbindung der Wellen mit dem Text) wird bevorzugt
- b) Dieses Logo dient als Arbeitslogo und wird zukünftig in allen Dokumenten verwendet
- c) Erlebnisplan wird das Arbeitslogo auch zugestellt

#### Stand Kommunikationskonzept (Planungsphase)

Grundsätzliches:

Es sind bei der Kommunikation 3 Punkte zu beachten:

- **Wir müssen wissen mit wem wir reden, was wir sagen und wer mit wem redet.**
- Das Konzept ist später ein wichtiges Tool für die Projektleitung (Mitglied der Projektleitung / nicht Projektleiter selber)

Diskussion:

- Auf Seite 11/12 des Vorschlages sind schon viele Details ausgearbeitet. Änderungen und Erweiterungen sind jederzeit möglich.
- Zurzeit haben wir für das Kommunikationskonzept kein Budget mehr
- Alle Projektgruppenmitglieder sind aufgefordert Rückmeldungen zu beiden Dokumenten zu machen oder bei Unklarheiten Fragen zu stellen
- Der Voravis ist an alle auf der Adressliste aufgeführten Adressaten geschickt worden, auch an die Presse. Daraus folgt, dass die Presse eingeladen wird an die Informationsveranstaltung
- Standortförderung heisst Zürioberland, nicht Zürcheroberland
- Für die Präsentation ein Poloshirt mit neuem Logo wäre nicht so teuer, jedoch wird davon abgesehen

Nach der Diskussion wird folgendes zur Kenntnis genommen:

- a) Im Fokus stehen 3 Zielgruppen:
  - Einheimische Bevölkerung
  - Familien mit Kindern
  - (Erlebnis)Wanderer (im Wissen, dass es „den“ Wanderer nicht gibt)
- b) Nachdem die Presse den Voravis der Informationsveranstaltung erhalten hat, muss noch festgelegt werden, wie kommuniziert wird. Dabei gilt:
  - ... intern vor extern
  - ... Presse Communiqué vorbereiten
  - ... allenfalls vor oder nach der Veranstaltung für ein Interview einladen
  - ... wichtiger Inhalt sind die Kosten – wie kann man die Argumentation dafür sinnvoll rüberbringen
  - ... alle Pressevertreter einladen gemäss Liste auf dem Konzept (nicht nur Zeitungen)
- c) Die Website muss noch nicht publiziert werden bis 22.3. Wichtig ist die Reservierung der Domain, was Michael Hutzli bereits gemacht hat.

#### 4. Stand Konzept Erlebnisplan

##### Informationen:

- Der allerletzte Stand der Präsentation ist noch nicht aufgeschaltet wegen Ferienabwesenheit – es fehlen noch Dorf Rundgänge
- Die blauen Sterne bedeuten neue Seiten
- Wording muss immer gleich sein: wir sprechen von Modulen – es sind total 18 Module vorgesehen
- Pro Modul sind 4 Folien vorbereitet
- Das fertige Dokument wird als Konzept-Bericht abgeliefert und einen Teil davon vorgestellt
- Von den 18 Modulen werden 3 Module vertieft vorgestellt:
  - ... Industrie Sennhof bis Wila- am ehesten Töss91-Weg
  - ... Plättliweg – ist etwas neues und total anderes
  - ... Genussweg Tösstal – gutes Thema für Wertschöpfung
- Das gesamte Dokument mit allen Modulen wird aufgeschaltet – noch abzuklären ob über Dropbox oder Homepage der Gemeinde Wila
- Die Präsentation von Erlebnisplan am 22.3 wird separat verrechnet (in der Offerte war nur das pdf-Dokument mit einer Präsentation)
- Das Rahmenprogramm vor und nach der Präsentation wird von der Projektleitung geplant
- Wichtig für die Erklärung des Finanzbedarfs:
  - ... das Projekt ist ein Gemeinschaftsprojekt für den Erlebnisraum Tösstal
  - ... es ist modular aufgebaut, aber als Ganzes zu betrachten
  - ... es können nicht einzelne Module herausgepickt werden, weil die Rahmenbedingungen (Anfangsmodule) miteinander verknüpft sind.
  - ... Frage: müssen wir schon Detail-Kosten präsentieren
- Erlebnisplan muss möglichst geschickt auf die Wertschöpfung aufmerksam machen (packages, Konsumation, Umsatz am Beispiel Schauenberg).
- Wertschöpfung ist gekoppelt an das Angebot!
- 

#### 5. Entwurf Kostenschätzung mit Verteilschlüssel

##### Diskussion:

- Die Projektleitung steht voll und ganz hinter dem Projekt, auch wenn es viel kostet.
- Das Projekt kostet 4 Mio. +/- 25 %. Es braucht eine aussagekräftige Erklärung betreffend Zusammensetzung der Kosten, Leistung und möglicher Finanzierung, ohne dass auf zu viele Details eingegangen wird. Es ist die Luxusvariante.
- In der Zusammenstellung der einzelnen Module sind jeweils die Phasen 3a und 3b mit Kosten für das Vorprojekt zusammengestellt.
- Es ist eine Vollkostenrechnung. Sparpotenzial ist nicht vorhanden – allerdings können die Module etappiert werden.
- Was kostet ein Modul für eine Gemeinde:  
ohne Wildberg sind es 6 Gemeinden à Fr. 20'000.00, d.h. Fr. 120'000.00 nach dem Grundsatzentscheid.
- Bei Projektabbruch wäre das Geld verloren.
- Solidarischer Beitrag aller Gemeinden / Grössenordnung bleibt ähnlich, wenn man einen Betrag pro Einwohnerzahl rechnen würde
- Was antworten wir, wenn nicht alle Gemeinden mitmachen möchten / können.
- Mit diesem Betrag kann ein Trägerverein gegründet werden, welcher Projektgruppen einsetzt für die Umsetzung.
- **Diese Kosten sind als Beitrag für die Vereinsgründung zu taxieren.**
- Nach dem Vorprojekt sind nochmals Fr. 250'000.00 nötig.
- Für die Realisierung werden Gelder vom Gemeinnützigem Fonds (ehemals Lotteriefonds) beantragt

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wenn eine Gemeinde ein Modul bestellt, muss eine Anzahlung gemacht werden. Dann werden die genauen Kosten, baurechtlichen Abklärungen, etc. getätigt und das Teilprojekt umgesetzt.</li> <li>- Im Hinterkopf sollen immer noch „packages“ sein – dies ist gemäss Standortförderung Zürioberland eine sehr grosse Nachfrage</li> <li>- Welche Kriterien gelten für die PL, um weiterzumachen oder das Projekt abzubrechen</li> <li>- Wie lange geben wir den Gemeinden Zeit, um ihre Teilnahme anzumelden.</li> <li>- Zwischen Phase 3 und 4 muss klar getrennt werden und es muss verstanden werden</li> <li>- Evtl. kann die ZKB für die Finanzierung gewonnen werden, da sie ja das Seilbahn-Projekt nicht realisieren können.</li> </ul>	
<p><b>6. Vorgehensplan</b></p> <p>Wir haben den Auftrag so erledigt, dass jetzt alle Grundlagen geschaffen sind, damit die verantwortlichen Gemeindepräsidenten einen Beschluss fassen können.</p> <p>Die Phase Kick-off ist mit der Präsentation abgeschlossen. Es gilt nun, den politischen Grundsatz-Entscheid einzuholen. Allenfalls wünschen die Gemeinden noch weitere, vertiefte Informationen.</p> <p>Die Gemeinden bilden die Trägerschaft, sobald sie das Projekt umsetzen wollen.</p> <p>Nach der Phase 3, Planung. Werden die Vorprojekt erstellt, genehmigt, und die Finanzierung gesichert.</p> <p>Phase 4 ist die Realisierung mit der Ausführungsplanung, Bewilligungsverfahren und Realisierung in Etappen. Die ist frühestens 2024 möglich. Die Finanzierung dieser Phase wird für die Gemeinden billiger, weil sie vorher bereits Beiträge gesprochen haben.</p>	
<p><b>7. Projektorganisation ab Juni 2022</b></p> <p>Dieses Traktandum wird verschoben.</p> <p>Von der Firma Suter. Von Känel. Wild ist ein Entwurf erstellt worden, wie die Organisation und Begleitung aussehen könnte. Vom diesem Büro werden Simon Wegmann und Nicole Bongni dabei sein, jedoch nur als Zuhörer.</p>	
<p><b>8. Informations- und Mitwirkungsveranstaltung</b></p> <p>Es ist allen klar, dass die Veranstaltung gut geplant werden muss. Es sind keine Corona bedingten Auflagen mehr zu beachten. Hanspeter Meier ist in den Ferien und wird die Begrüssung nicht übernehmen. Auch Frau Barbara Dillier hat abgesagt - voraussichtlich wird Rudolf Pfeiffer zur Verfügung stehen.</p> <p><b>a) Ablauf / Überlegungen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ueli Erb hat einen Ablaufplan entworfen, welcher aber vertieft werden muss.</li> <li>- Unsere Vision und die 5 Botschaften müssen knackig präsentiert werden.</li> <li>- Die Reaktionen werden kontrovers sein</li> <li>- Bis jetzt war kein Gegenwind zu spüren, aber es hat auch „niemanden“ etwas gekostet.</li> <li>- Die Informationen müssen kurz und verständlich sein</li> <li>- Informationen können immer verschieden interpretiert werden, je nach Gusto</li> <li>- Es ist besser, offen und ehrlich zu kommunizieren, als etwas zu verbergen</li> <li>- Es ist zu überlegen, ob es eine Pause braucht</li> <li>- Wir müssen uns in die Personen hineinendenken, weil sie keinen Wissensvorsprung haben wie die Mitglieder der Projektgruppe. Dabei sind die verschiedenen Personengruppen zu beachten. So hat eine Gemeindevertretung andere Schwerpunkte als Gewerbetreibende oder Wissensträger.</li> </ul>	<p>alle</p>

<p>- Geht man vom ursprünglichen Dokument von Hans Thalman aus, müssten im Tösstal auch Bibliotheken, Museen etc. verbunden werden. Diese Überlegung ist im Konzept nicht enthalten und wird zurzeit auch nicht verfolgt. In den Modulen ist die Kulturförderung nur ein kleiner Teil.</p> <p>Für das Organisatorische werden 2 Arbeitsgruppen gebildet – die Gruppen tauschen ihre Überlegungen auch per Mail aus. Das Ergebnis wird an der nächsten PL-Sitzung vom 9.3.22 besprochen.</p> <p><u>Gruppe 1 – Kommunikation (Michael Hutzli, Theo Gujer, Daniel Gasser)</u>  welche Informationen müssen wir zwingend vermitteln  Welche Rückmeldungen benötigen wir, bzw. welche Fragen stellen wir und an welchen Personenkreis  Müssen die Rückmeldungen differenziert sein (z.B. andere Fragestellungen an die Gemeinderäte)  Wann und an wen werden Projektunterlagen verschickt  Braucht es eine Dokumentabgabe vor Ort (z.B. Presse Communiqué)  Alternativ wäre eine Publi-Reportage (müsste übernommen werden, sehr teuer). Eine Publireportage ist eine Mischform zwischen einem Inserat und einem redaktionellen Artikel. Sie ist bezahlt durch die Unternehmung definiert / konzipiert wie ein Werbeinserat, erscheint aber in möglichst ähnlicher Form wie ein redaktioneller Artikel.  Journalisten haben in der Regel keine Zeit für vertiefte Recherchen und sind dankbar für gute Unterlagen, möglichst auf einem Stick. Dennoch haben sie die journalistische Freiheit und bei komischen Situationen können sie sich auch in ein Detail „verbeissen“.  Was machen wir mit Leserbriefen</p> <p><u>Gruppe 2 – Organisatorisches (Simon Mösch, Ueli Erb, Christa Romer)</u>  Braucht es eine Anmeldung, Präsenzliste, Tischreiter,  Tisch- oder Konzertbestuhlung  Apéro / Getränke – Welche  Folien / Beamer / Flipchart?</p> <p><b>b) Adressliste und Einladungen</b>  Die Adressliste wird von Christa Romer noch ergänzt mit den Medienvertretungen gemäss Kommunikationskonzept und in die Dropbox gelegt.</p> <p><b>c) Rückmeldungen und Auswertung</b>  Der Umfrage-Link ist zurzeit intern geschaltet und nur Michael Hutzli kann die Rückmeldungen sehen. Es geht aber darum, dass die Fragen dort kritisch begutachtet werden, so dass die Rückmeldungslink angepasst werden kann nach der Informationsveranstaltung. <a href="https://findmind.ch/c/9ZUq-yshe">https://findmind.ch/c/9ZUq-yshe</a></p>	
<p><b>9. Finanzen – Traktandum für nächstes Mal</b></p> <p><b>a) Nachtrag Erlebnisplan AG</b>  Die Präsentation am 22.3.22 (1'350.00) mit Reisespesen (800.00) sind nicht im Budget enthalten. Somit betragen die Kosten für Erlebnisplan für die Projektbegleitung (30'522.20) und Präsentation total CHF 32'672.20.</p> <p><b>b) Aktueller Kostenstand</b>  Wir erwarten bis und mit der Präsentation Kosten von CHF 47'496.15.</p>	
<p><b>10. Verschiedenes / Nächste Sitzung</b>  Mittwoch, 9. März 2022, 15.00 Uhr, altes Primarschulhaus (<b>Achtung: neu 15.00 Uhr, nicht 14.00 Uhr</b>)</p>	<p>alle</p>

**Aktennotiz**

Projekt:	<b>Tössweg</b>
Betreff:	14. Arbeitssitzung Projektgruppe
Ziel:	Informationsveranstaltung planen
Datum /Zeit:	Mittwoch, 09.03.2022, 15:00 – 17.00 Uhr
Ort:	Altes Primarschulhaus, Stationsstrasse 11, 8492 Wila
Teilnehmende:	Ueli Erb, Projektleiter (Vorsitz) Christa Romer, Aktuariat (Protokoll) Theo Gujer, Kulturwege ZO Daniel Gasser, Zürcher Wanderwege Simon Mösch, GR Wila Michael Hutzli, Kommunikation
Entschuldigt:	Hanspeter Meier, GP Wila
Verteiler:	Teilnehmende und Entschuldigte, sowie Mirjam Wüthrich, Christian Billau, Philipp Berweger, India Valauta
Verfasser/in:	Christa Romer
Beilage/n:	Keine – alle Beilagen befinden sich in der Dropbox unter 14. PL-Sitzung

Traktandum	Wer
<b>1. Begrüssung / Einstieg</b> Ueli Erb begrüsst zur 14. Projektleitersitzung. Schwergewicht: Infoveranstaltung für 22.3.22	
<b>2. Aktennotiz der 13. Arbeitsgruppensitzung vom 25.2.2022</b> Keine Änderungen oder Ergänzungen. Die Aktennotiz wird genehmigt und verdankt.	
<b>3. Informationsveranstaltung vom 22.3.22</b>	
<b>Auswertung der beiden Arbeitsgruppen 1 und 2</b>  <u>Vorbereitung Präsentation:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Die Präsentation beginnt um 17.00 Uhr. Die Projektleitung trifft sich um 15.00 Uhr (wer kann)</li> <li>- Philipp Berweger kommt auch um 15.00 Uhr</li> <li>- Ruedi Pfeiffer ist instruiert, dass er etwas sagt in Bezug auf das Projekt</li> <li>- Die Projektleitung sowie diejenigen Personen, die etwas sagen, werden mit Tischreiter vorgestellt. Ueli Erb bereitet diese vor (er benützt Format A3 mit 120gr-Papier)</li> <li>- Ueli Erb stellt „seine“ Projektleitung ganz kurz vor, so dass man bei der Vision / Leitsätzen nicht abgelenkt wird mit der Vorstellung der Projektleitung</li> <li>- Die Traktandenliste ist etwas erweitert und wird auch so in das Einladungsschreiben übernommen</li> </ul> <u>Art Präsentation:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>- man spricht Mundart</li> <li>- keine Kleidervorschriften</li> <li>- es ist noch offen, ob es eine Pause gibt, wenn ja: vor dem Trakt. Kosten (sind ca. 1,5 Std.)</li> </ul> <u>Inhalt Präsentation</u> Ergänzungen / Diskussion	<b>alle</b>

- man einigt sich auf die Begriffe Vision und Leitsätze (nicht Botschaften oder Mission)
- Ueli Erb übernimmt den von Hans Thalmann formulierten Hauptzweck – als Ergänzung: Projektidee aus dem Jahr 2019 (warum soll es einen Verein Tösstal geben)
- Das Verbindende mit den Treffpunkten, Leitsystem, Identifikationsfigur soll in der Einführung betont werden – noch mit Fotos ergänzen
- Module – von Winterthur aus nummeriert (wichtig wegen der Kostenzusammenstellung)
- Gemeinde Wald: gehören sie zum Tösstal oder nicht / Tösstalbahn hat immer in Wald geendet (flotter Spruch)
- Kosten: sagen was Basis ist / Kostenaufbau mit Grafik / Folie mit allgemeinen Kosten nach vorne / Grundkosten: Sockelbeitrag / es geht prozentual nach Einwohnern / Je mehr Module – je mehr Kosten / grafisch noch besser aufzeigen, dass es bei der Realisierung für die Gemeinden nur noch einen Drittel kostet / Kosten fallen nur an, wenn das Modul bestellt wird
- Bei den Folien mit den Kosten-Beispielen werden noch Bilder eingefügt, die gleichen wie sie erlebnisplan benützt
- Keine Bezeichnung mit CHF (gibt mehr Platz)
- Folie 27: Hinweis auf allgemeine Kosten und nochmals Grafik als Überleitung
- „Nebenkosten“ ergänzen mit Reserven

#### Handout

- In der Gemeinde Wila steht ein Fotokopierer zur Verfügung (doppelseitiges Kopieren): Simon Mösch
- Es soll für jede Teilnehmerin / jeden Teilnehmer ein Handout geben

#### Link für die ganze Präsentation nach dem Anlass sowie Link für Rückmeldungen

- Der Foliensatz der Präsentation wird nach der Info-Anlass auf der Gemeinde Wila zur Einsicht aufgeschaltet (Ueli Erb und Simon Mösch)
- Rückmeldungen sind ebenfalls auf einem Link bei der Gemeinde-Wila Homepage möglich (Michael Hutzli und Simon Mösch)
- Am Info-Anlass wird darauf hingewiesen
- Für Rückmeldungen gibt es eine Woche Zeit / die Auswertung kann Interessierten zugestellt werden
- Basis für die Links ist der Foliensatz, den Ueli Erb nochmals überarbeitet

#### Apéro

- Eigentlich müsste man etwas Nachhaltiges anbieten (keinen Plastik), z.B. Farmerstengel, Wander-Snacks, Apfelsaft, etc.
- Bier von Steg?
- Es soll Wein und Mineralwasser (kein Orangensaft) ausgeschenkt werden
- Definitive Organisation, wenn wir Teilnehmerzahl kennen

#### Infrastruktur:

- Saal in der Blume Fischenthal kann gut mit Tischen und Stühlen eingerichtet werden
- Gläser stehen zur Verfügung
- Man darf selber Getränke und Snacks mitbringen
- Technik ist sichergestellt

#### Organisation Trägerverein / Projektorganisation

##### Diskussion:

- Mitgliedschaft Verein für wen? (Gemeinden, Kanton, Vereine, Privatpersonen, etc.)
- Mitgliederbeitrag
- Wie werden die Wissensträger eingebunden
- Aufgabe des Trägervereins in Hinblick nach der Realisation der Module (wer schaut zum „Weg“)
- Bei der Vereinsgründung müssen die Statuten entsprechend formuliert werden
- Die Gemeinden „müssen“ einen Sockelbeitrag von Fr. 25'000 bezahlen bei der Vereinsgründung

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Trägerverein mit Gemeinden hat zwei Funktionen: Geldgeber und Auftraggeber (auch für Unterhalt) / verbindendes Element für Austausch und Verständigung im Tösstal</li> <li>- Für die Rückmeldungen sollte die Grob-Organisation bereits klar sein</li> </ul> <p>Man einigt sich darauf, dass der Trägerverein aus Gemeindevertretern besteht mit einer Geschäftsleitung (alt Projektleitung). Als Unterstützung werden Kantonsorganisationen (AWEL, ALN, etc.) sowie Institutionen (Gewerbeverein, SZO, etc.) aufgeführt. Diese werden auch eingebunden, wenn es um die Umsetzung von den Teilprojekten / Modulen geht. Des Weiteren sind kreative Ideen, Wissensträger, lokale Anbieter, Gönner, Interessierte und Sympathisanten gefragt. Die Organisation wird vertieft besprochen, wenn es in die nächste Phase geht.</p> <p><u>Rückmeldungsformular</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wird angepasst bei den Gemeinden mit der Höhe des Beitrages</li> <li>- Bei Vereinen die Frage formulieren, ob sie mitarbeiten möchten</li> <li>- Es gibt einen QR-Code, den man fotografieren kann und Link zur Umfrage erhält</li> <li>- Usus ist eine Woche Zeit für die Rückmeldung, d.h. Ende März 2022</li> </ul> <p><u>Adresslisten / wer wird eingeladen</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Allenfalls müssen die Gemeindepräsidien im Mai oder Juni nochmals begrüsst werden / allerdings wird erwartet, dass die Gemeindevertretungen am 22.3.22 erscheinen.</li> </ul> <p><u>Einladungsschreiben</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Vorschlag von Christa Romer wird besprochen</li> <li>- Christa Romer wird Schreiben zur Unterschrift vorbereiten und Ueli Erb schicken</li> <li>- Alle Mail-Adressen wird sie als Text an Ueli schicken wegen der Anmeldung an seine Adresse (Ferienabwesenheit von Christa Romer in Woche 11)</li> </ul> <p><u>Medien</u></p> <p>Ausgangslage</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Medien: Tösstaler und ZO sind mit Voravis bedient worden</li> <li>- Im Kommunikations-Konzept sind auch lokale Radio und Fernsehen aufgeführt</li> </ul> <p>Diskussion:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Man kann die Medien einfach mit der Presse-Mitteilung bedienen, ohne Einladung</li> <li>- Radio und Fernsehen informieren andere Kanäle als Print-Medien. Vorteil: breitere Information</li> <li>- Evtl. negativer Eindruck, wenn nur wenige Leute an die Info-Veranstaltung kommen</li> <li>- Medienorientierung: eine halbe Stunde nach der Präsentation mit Ueli Erb, Michael Hutzli und Philipp Berweger (bereits so informieren bei der Einladung)</li> </ul> <p>Fazit:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- alle Medien einladen</li> <li>- Presse Communiqué mit Stick bereit haben (Michi Hutzli)</li> <li>- Medienorientierung nach dem Anlass vorsehen</li> </ul>	
<p><b>4. Verschiedenes / Nächste Sitzung</b></p> <p>Dienstag, 22. März 2022, 17.00 Uhr Beginn Info-Veranstaltung – wer kann soll um 15.00 Uhr dort sein Mittwoch, 1. April 2022, 15.00 Uhr, 15.00 Uhr, altes Primarschulhaus,</p>	<p>alle</p>

**Aktennotiz**

Projekt:	<b>Tössweg</b>
Betreff:	15. Arbeitssitzung Projektgruppe
Ziel:	Informationsveranstaltung Rückblick und weiteres Vorgehen
Datum /Zeit:	Freitag, 01.04.2022, 14:00 – 15.45 Uhr
Ort:	Altes Primarschulhaus, Stationsstrasse 11, 8492 Wila
Teilnehmende:	Ueli Erb, Projektleiter (Vorsitz) Christa Romer, Aktuariat (Protokoll) Theo Gujer, Kulturwege ZO Daniel Gasser, Zürcher Wanderwege Simon Mösch, GR Wila Michael Hutzli, Kommunikation Hanspeter Meier, GP Wila (für den ersten Teil der Sitzung)
Entschuldigt:	-
Verteiler:	Teilnehmende und Entschuldigte, sowie Mirjam Wüthrich, Christian Billau, Philipp Berweger, India Valauta; Simon Wegmann
Verfasser/in:	Christa Romer

Traktandum	Wer
<p><b>1. Begrüssung / Einstieg</b> Ueli Erb begrüsst zur 15. Projektleitersitzung. Ziel ist der Rückblick auf die Informationsveranstaltung und der bevorstehende Phasenabschluss.</p> <p>Hanspeter Meier dankt der gesamten Projektleitung und insbesondere Ueli Erb für die geleistete professionelle Arbeit. Er werde gerne ein Plättli als Dank im Anschluss an die Sitzung offerieren. Ueli Erb schlägt vor, dass im Anschluss an die nächste Sitzung eine Pizza in der Gibswilerstube vorgesehen wird. Bis dann sollte auch klar sein, wie es mit dem Projekt weiter geht.</p>	
<p><b>2. Aktennotiz der 13. Arbeitsgruppensitzung vom 9.3.2022</b> Keine Änderungen oder Ergänzungen. Die Aktennotiz wird genehmigt und verdankt.</p>	
<p><b>3. Informationsveranstaltung vom 22.3.22</b></p> <p><u>Rückblick</u> Von der Projektleitung waren Daniel Gasser krankheitshalber abwesend und Hanspeter Meier ferienhalber. Leider waren mit Ausnahme von Turbenthal die Gemeindepräsidien nicht anwesend und von Bauma und Zell mussten sich die Gemeinderat-Vertretungen entschuldigen. Auch Hans Thalmann und Max Trachsler, die ursprünglichen Auftraggeber, konnten am Anlass nicht teilnehmen.</p> <p>Sehr positiv bewertet:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- es war ein gelungener Anlass, auch betreffend Zeitplan und Apéro</li> <li>- es gab wertvolle Kontakte am Apéro (z.B. Lyons Club, welcher sich ins Projekt einbringen will)</li> <li>- gute Presse in Printmedien und auch im Tele Top mit dem Kurzfilm</li> <li>- die Aufteilung in Module fand grossen Anklang</li> <li>- die Kosten von 4 Mio Franken stiessen nicht auf offensichtliche Ablehnung</li> </ul>	alle



<p>Verbesserungspotential / zu beachten:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- die Wertschöpfung müsste noch besser betont werden (wichtig für die nächste Phase)</li> <li>- die Module sollen für die Tösstaler Bevölkerung einen Mehrwert geben, z.B. Treffpunkte, Freizeitgestaltung, neue Ideen verwirklichen</li> <li>- Einbezug des Gewerbes ist wichtig (Aufträge / Dienstleistungen)</li> <li>- die Pressevertretungen müssen nächstes Mal früher benachrichtigt / eingeladen werden</li> </ul> <p>negative Bewertungen – nur je eine Stimme:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Die Schrift auf den Präsentationsfolien war nicht lesbar (zu kleine Buchstaben)</li> <li>- Man möchte keinen Tourismus im Tösstal eine Rückmeldung im Feedbackformular)</li> </ul>	
<p><b>aufgeworfene Fragen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- warum wurde der DVZO und / oder das Neuthal nicht in das Projekt einbezogen: Antwort: in der Präsentation sind neue Installationen aufgeführt. Bestehende Einrichtungen würden über die Treffpunkte und das Leitsystemen aktiv vernetzt. Ob dies auch Museen, Drechslerei Kleintal, etc. betrifft, wird jeweils abgeklärt.</li> <li>- was unterscheidet das Projekt vom Naturpark, welches mit grossem Mehr verworfen wurde: Antwort: der Naturpark Zürioberland wäre ein raumplanerischer Eingriff mit Nutzungsbeschränkungen gewesen, unser Projekt nicht. Das Projekt ErlebnisRaum Tösstal realisiert einzelne Module, d.h. Schritt für Schritt, und die betroffene Bevölkerung wird bereits früh einbezogen.</li> <li>- Töss-Renaturierung: für dieses Projekt des Kantons gibt es sehr viele Kritiker, vor allem Bauern und Landbesitzer. Das Projekt ErlebnisRaum Tösstal tangiert das Projekt des Kantons nur in Einzelfällen (Steg – Bachscheidi, Depotareal, Wila)</li> </ul>	
<p><u>Zusätzliche Informationen</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ueli Erb wird am Montag, 4.4.22 an der Sitzung mit allen Gemeindepräsidien das Projekt kurz vorstellen und auf die Links mit der Gesamtpräsentation sowie der Kostenzusammenstellung aufmerksam machen. Ebenso verweist er auf den Link für die Feedbacks.</li> <li>- Am 6.4. wird Ueli Erb dem GR Bauma das Konzept ausführlich präsentieren können.</li> <li>- Den Gemeinden werden folgende Fragen gestellt: <ul style="list-style-type: none"> <li>a) soll das Projekt grundsätzlich weiter verfolgt werden</li> <li>b) Kann sich die Gemeinde einen Trägerverein vorstellen mit einem Sockelbeitrag von Fr. 25'000.00</li> <li>c) Gibt es Module, bei denen sie sich besonders angesprochen fühlen</li> </ul> </li> <li>- Dem Gemeinderat Wald soll das Projekt ebenfalls vorgestellt werden, Termin noch nicht bestimmt. N.B. der Plättliweg könnte ein Leuchtturm-Projekt sein, ebenso der Brügglweg.</li> <li>- Auch ohne Wald würde das Projekt weiterverfolgt. Falls nicht alle Tösstaler-Gemeinden mitmachen, müsste die Situation neu beurteilt werden.</li> <li>- Allenfalls werden die Gemeindebeiträge diskutiert werden (Kostenbeteiligung pro Einwohner).</li> <li>- Die Gemeinderatsbeschlüsse werden im April / Mai 2022 erwartet. Seitens der Projektleitung gibt es keine Schriftlichkeiten mehr, auch keinen Antrag an die Gemeinderatssitzungen. Die Anwesenden sind der Meinung, dass die bisherigen Informationen für die Beschlussfassung klar sind.</li> </ul>	
<p><u>Medienecho</u> Die Berichterstattung in den Medien hat grossen Anklang gefunden. Christa Romer wird die Beiträge noch in pdf-Format verlangen.</p>	CR
<p><u>Auswertung</u> Gemäss Michael Hutzli haben 27 Personen die Umfrage angeklickt. 7 Personen haben das Formular ganz ausgefüllt, 13 teilweise. Unter den Teilnehmenden waren keine Gemeindevertreter. Der Grundtenor ist positiv.</p>	
<p><u>Flyer</u></p>	SM /

<p>Es wird diskutiert, ob die Publikation noch breiter verstreut werden soll mit einem Flyer. So könnte auch die Meinung der Bevölkerung besser beurteilt werden. Gemäss Michael Hutzli werden 14'500 Ex. für alle Haushalte (inkl. Wald und Wildberg) benötigt, d.h. Fr. 2'400.00 plus Druck Fr. 600.00. Inhalt des Flyers: Link auf die Homepage von Wila mit Verweis auf die Unterlagen und den Feedback-Link. Es werden rund 2 Wochen benötigt für die Bereitstellung und die Verteilung.  <i>Nach der Sitzung: Nach verschiedenen Rücksprachen soll der Flyer erst nach den Rückmeldungen der (meisten) Gemeinden versandt werden.</i></p>	<p>MH</p>
<p><u>Finanzen</u>  Die Finanzen sind aufgebraucht. Die Mehrkosten seit der NRP-Finanzierung werden mit Daniela Waser besprochen, damit das Defizit (Honorar Michael Hutzli / Abrechnung Wila) möglichst mit NRP-Geldern aufgefangen werden kann.</p> <p>Die Finanzierung des Projekts wird die Projektleitung sehr rasch beschäftigen. Christa Romer hat einen Kanal zur ZKB-Generaldirektion und wird abklären, ob das Projekt grundsätzlich eine Chance hat für ein Sponsoring. Michael Hutzli hat eine Verbindung zur ZKB-Marketingstelle und wird dort ebenfalls anfragen.</p>	<p>CR / MH</p>
<p><b>4. Phasenabschluss</b>  Die Projektleitung wünscht den Bescheid der Gemeindepräsidien bis anfangs Mai 2022. Falls es nochmals einer vertieften Informationsrunde braucht, steht Ueli Erb zur Verfügung.</p> <p>Mit diesem Phasenabschluss wird ein Dokument zusammengestellt, welches für die nächste Projektleitung sowie potentielle Geldgeber als Grundlage für die Weiterbearbeitung dient. Ziel für die Fertigstellung: Mitte Mai 2022.</p> <p>Inhalt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Phasenabschluss ErlebnisRaum Tösstal per Ende Mai 2022</li> <li>- Inhaltsverzeichnis</li> <li>- Konzept Erlebnisplan AG</li> <li>- Kostenzusammenstellung von Ueli Erb</li> <li>- Protokolle</li> <li>- Auswertung des Feedbacks mit Gewichtung</li> <li>- Marken- und Kommunikationskonzept</li> <li>- Empfehlung Weiterbearbeitung für die nächste Phase</li> </ul> <p>Verteiler des Dokuments Phasenabschluss: *anfragen, wie viele Exemplare nötig sind</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- neu zu gründende Verein</li> <li>- Standortförderung Zürioberland (und damit Kulturkommission)*</li> <li>- NRP-Stelle (evtl. Standortförderung)*</li> </ul>	
<p><b>5. Projektorganisation ab Phase 3a</b>  Dieses Thema bedarf einer Start-Sitzung, sobald klar ist, wie weiter. Sicher wird die Projektorganisation angepasst, Schnittstellen-Organisation mit Leistungsmatrix, vor allem für die beauftragten Büros, Entschädigungsregelung, Finanzierung, Offerten und Aufträge organisieren, etc.</p> <p>Es sind sich alle einig, dass es schade wäre, wenn das Projekt nicht realisiert werden könnte.</p>	
<p><b>6. Verschiedenes / Nächste Sitzung: 18. Mai 2022, 16.00 Uhr, voraussichtlich mit Pizza-Essen</b></p>	

**Aktennotiz**

Projekt:	<b>Tössweg</b>
Betreff:	16. Arbeitssitzung Projektgruppe
Ziel:	Abschluss Konzeptphase
Datum /Zeit:	Mittwoch, 18.5.22, 16.00 – 18.00 Uhr Anschliessend gemeinsames Pizza-Essen
Ort:	Restaurant Gibswilerstube, Tösstalstrasse 366, 8498 Gibswil
Teilnehmende:	Ueli Erb, Projektleiter (Vorsitz) Christa Romer, Aktuariat (Protokoll) Theo Gujer, Kulturwege ZO Daniel Gasser, Zürcher Wanderwege Simon Mösch, GR Wila Michael Hutzli, Kommunikation
Entschuldigt:	Hanspeter Meier, GP Wila
Verteiler:	Teilnehmende und Entschuldigte, sowie Mirjam Wüthrich (SZO), Philipp Berweger und India Valauta (erlebnisplan AG)
Verfasser/in:	Christa Romer
Beilage/n:	-

Traktandum	Wer
<p><b>1. Begrüssung / Einstieg</b> Ueli Erb begrüsst zur 16. Projektleitersitzung und zum Abschluss der Konzeptphase.</p> <p>Sitzungsziele:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Die Phase 2 (Konzeptarbeit) ist abgeschlossen. Allfällige Pendenzen sind erfasst.</li> <li>- Erste Schritte für die Phase 3a sind angedacht.</li> </ul>	
<p><b>2. Aktennotiz der 15. Arbeitsgruppensitzung vom 1.4.2022</b> Keine Änderungen oder Ergänzungen. Die Aktennotiz wird genehmigt und verdankt.</p>	
<p><b>3. Rückmeldungen zum Konzept</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- sympathischer Mix von Meinungen und Beurteilungen</li> <li>- handfeste finanzielle Aussagen</li> <li>- detaillierte Analyse fehlt noch weitgehend</li> <li>- Rückfragen erforderlich</li> <li>- wichtigste Grundlage für das Vorprojekt</li> </ul>	
<p><b>a) Feedbackformular (Dropbox)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ca. 20 verwertbare Rückmeldungen</li> <li>- Positiver Grundtenor</li> <li>- Beurteilung der Vision Erlebnisraum Tösstal: 9 x 5 Punkte, 8 x 4 Punkte, 1 x 3 Punkte</li> <li>- Rückmeldung zur Leitfigur Tossa, kam gut an, Name muss nochmals überprüft werden 5 x 5 Punkte, 3 x 4 Punkte, 3 x 3 Punkte und 2 x 2 Punkte</li> <li>- Rückmeldung zum Leitsystem: 5 x 5 Punkte, 1 x 4 Punkte, 2 x 3 Punkte, 1 x 2 Punkte</li> </ul>	

<p><b>b) Finanzielle Zusicherungen Gemeinden für das Vorprojekt</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Zell Fr. 00'00</li> <li>- Wila Fr 25'000</li> <li>- Bauma Fr 25'000</li> <li>- Wald Fr 25'000</li> <li>- Turbenthal Fr 25'000</li> <li>- Fischenthal Fr 25'000</li> </ul>	
--	--

**Interesensbekundung für folgende Module:**

Module	Zell	Wildberg	Turbenthal	Wila	Bauma	Fischenthal	Wald
(Stand 18.5.22)							
Allgemeiner Aufwand	nein						
Modul 01 Leit und Erzählfigur	nein		ja	ja	ja	ja	ja
Modul 02 Einheitliches Leitsystem	nein		ja	ja	ja	ja	ja
Modul 03 Treffpunkte	nein		ja	ja	ja	ja	ja
Modul 04 Erlebnis Wasserkraft	nein			ja			
Modul 05 Kanalerlebnis Kollbrunn	nein						
Modul 06 Kanalsystem Turbenthal	nein		ja				
Modul 07 Wasser, Geologie (drei Standorte)	nein						
Modul 08 Wasserspielplatz Badi Neuguet	nein		ja	ja			
Modul 09 Landenberger Burgruinen	nein		ja	ja	ja		
Modul 10 Chämmerlibachweg (Bauma)	nein				ja		
Modul 11 Verkehrs Erlebnisweg Bauma	nein				ja		
Modul 12 Natur und Genuss Weg Tösstal	nein		ja	ja	ja	ja	ja
Modul 13 Steg - Bachschiedi (Fischenthal)	nein					ja	
Modul 14 Brügglweg (Wald)	nein						ja
Modul 15 Plättliweg	nein						ja
Modul 16 Baden und Genuss	nein			ja	ja		
Modul 17 Dorfrundgang Bauma	nein				ja		
Modul 18 Dorfrundgang Wila	nein			ja			
Modul 19 Dorfrundgang Wald							ja

<p><b>Wichtigste Auflagen Gemeinden für das Vorprojekt</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Projektziele und Ausrichtung sind im Vorprojekt zu schärfen</li> <li>- Betriebskosten allgemein und pro Modul beziffern (auch Lebensdauer / wer ist zuständig)</li> <li>- Organisationsform für den Betrieb festlegen</li> <li>- Namensgebung (Jonatal / Tösstal) überprüfen</li> <li>- Namensgebung Tossa überprüfen (Urheberrechtsfragen)</li> <li>- Die Gemeinden sind zwingend in die Projektierung mit einzubeziehen</li> </ul> <p>Das Resultat ist erfreulich. Zell ist an Rande des Projektperimeters , so dass das Projekt Erlebnisraum trotzdem zusammenhängend ist und mit der Beteiligung von Wald bis ins „Jonatal“.In der Diskussion wird vorgeschlagen, dass in verschiedenen Gemeinden ein Dorfrundgang als verbindendes und wiederkehrendes realisiert werden könnte, analog Bauma. Das Wertschöpfungs-Projekt mit „Natur und Genuss“ sollte ebenfalls priorisiert werden. Die «Landenberger Burgruinen» sollten nach Ansicht der Standortgemeinden weiterverfolgt werden.</p>	
--	--

Nach dem Ausstieg von Zell:

- House of Winterthur sollte ins Boot genommen werden (via SZO Bauma). Zell bezahlt Beiträge an diese Institution
- Kontakt mit Illnau / Effretikon (Kyburg) Kyburg hat Tössanstoss / Einbezug beim Projekt Wasserkraft /
- Kontakt mit Winterthur (Sennhof)
- Bühler AG „warm halten“ / Ideen können evtl. mit Bühler privat umgesetzt werden (Restaurant mit Turbinen hinter Glas)
- Zell mittelfristig überzeugen / für Zell hatte es viele unklar Punkte, bei denen aber nicht nachgefragt wurde / Angebot direkte Info von Ueli Erb wurde nicht wahrgenommen / keine Wiedererwägung zum jetzigen Zeitpunkt / überzeugen durch gute Projekte zu einem späteren Zeitpunkt
- Einbezug Wildberg – anfragen, ob Wildberg auch einen Vereinsbeitritt prüfen möchte / Erlebnisweg Schatzsuche Wildberg – Turbenthal / Schwimmbad Neugut / evtl. Einbezug / Integration vom Freddy-Fratzel-Weg mit guter Qualität bezüglich Parkplätzen, Besucherführung etc.

### c) Weitere

- Zürcher Wanderwege (Bei Benutzerführung Signalisation Wanderwege koordinieren – es gibt immer noch viel Wildwuchs). Es kann bautechnisch und grafische Konsequenzen haben. Tafeln und Hinweisschilder in der Landschaft minimieren oder ganz vermeiden.
- Lions Club Tösstal, finden Projekt sehr gut. Folgende Beteiligungsmöglichkeiten wurden mit Ueli Erb besprochen und werden im Club weiterdiskutiert
  - Erstellen und Betreuung Landenbergerweg
  - Bau von Grillstellen (sie haben schon sehr viele solche Einrichtungen gebaut)
  - Unterhalt Signalisation (Einbinden in „Organisationen“)
  - Führungen
  - Unterstützung Projektleitung (Benutzerführungen / Projekt anschauen und beurteilen)
  - Rückbau Töss 91 – Event könnte publiziert werden
- Mobiliar, Hauptagentur Winterthur wurden auf das Projekt aufmerksam durch den Zeitungsartikel im Landboten. Sie suchen immer wieder Projekte, wo sie als Hauptsponsor auftreten können. Beurteilung in Bern steht an.
- Beurteilung durch einen externen Tourismusfachmann
  - Sorgfältige und liebevolle Umsetzung
  - Keine Wertschöpfung (Besucher anstatt Kunden)
  - Geschäftsmodell fehlt (Business-Plan) Betrieb wurde nur gestreift
  - Soziokulturelles Projekt generiert Defizit zu Lasten der Öffentlichkeit
  - Museal, belehrend und bewahrend. könnte pfiffiger sein
  - Kaum Ausstrahlung über die Region hinaus

Allerdings kam in den Rückmeldungen der Involvierten zum Ausdruck, dass sie kein Eventpark wollen. Die Balance von Kommerz und sanfter Tourismus ist eine Herausforderung. Die Erfahrung zeigt, dass neue Projekte einen Boom in der Wertschöpfung erfahren, dass dann aber rasch ein Abflauen stattfindet. Thema: Nachhaltigkeit / Verweildauer / Zeitfenster bestimmen

Zurzeit wird von einem Expertenbericht abgesehen. Die Argumente sind jedoch wertvoll beim Punkt „Wertschöpfung“. Er gehört in den Business-Plan, welcher im Rahmen des Vorprojektes zwingend zu erstellen ist. Dieses wird dann zur Beurteilung an eine Fachperson übergeben. Künftig wird der Begriff «Gäste» verwendet.

### Sponsoring allgemein

Ohne griffiges Vorprojekt mit verbindlichen Kostenaussagen sollten keine Firmen für ein Sponsoring angefragt werden. Es braucht ein Sponsoring-Konzept. Im Vorprojekt kommen automatisch Genauigkeiten hinein (Betrieb, Landeigentümer, etc.).

<p><b>4. Phasenabschluss</b>  Überprüfung Zielsetzung  Ersatz / Weiterentwicklung Themenweg Töss91 0 %  Konzept als Entscheidungsgrundlage 100 %  Gemeinsames Projekt für alle Tössstalgemeinden 60 %  Strahlkraft über die Region hinaus ???</p>	
<p><b>a) Konzeptbericht</b>  - Finalisierung (Protokoll 16. PL Sitzung, Abrechnung Phase 2)  - Hardcopy (SZO, Gemeinden, Projektleitung, Erlebnisplan)</p> <p>In der Dropbox sind die ersten 6 Seiten zu einem Dokument zusammengefasst – wird in den nächsten zwei Wochen in die Dropbox gelegt. Geplant sind Ringbücher, welche der SZO Bauma und Erlebnisplan abgegeben werden. In der Diskussion ist man der Meinung, dass auch alle Gemeinden bedient werden sollten, insbesondere an die Gemeindepräsidien und neuen Gemeinderäte. Gesamtunterlagen gehen an den zukünftigen Projektleiter. Grundsatz: Phase 1: Machbarkeitsstudie / Phase 2: Konzeptbericht</p> <p><b>Pendent:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Inhalt Ringbücher / Management Summary? / ohne Projektstruktur / nicht Phasen durcheinander bringen / Foliensatz der Info-Veranstaltung / Seitenzahl beachten &gt; mehr als 400 Seiten!</li> <li>- Verteiler Ringbücher, an alle Gemeinderäte der betroffenen Gemeinden?</li> <li>- Art der Verteilung (Print &gt; Kosten! / Digital &gt; Stick)</li> </ul>	alle
<p><b>b) Finanzen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- NRP-Finanzierung: Fr. 40'000.00</li> <li>- Erwartung aktuell Fr. 46'000.00</li> <li>- Nachtrag NRP-Finanzierung ist noch nicht abgeschlossen bei der SZO (Daniela Waser)</li> </ul> <p>Zur Not hat die Gemeinde Wila die Defizit-Garantie übernommen. Allenfalls starten wir mit Fr. 6'000 weniger als mit dem Budget aus den Gemeindebeiträgen.</p>	
<p><b>c) Empfehlung für das weitere Vorgehen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gründung Trägerschaft</li> <li>- Konstituierung Projektleitung</li> <li>- Beauftragung Spezialisten</li> <li>- Formulierung Geschäftsreglement / Pflichtenheft</li> <li>- Kickoff Phase 3a (Vorprojekt)</li> </ul>	
<p><b>d) Kommunikation</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- SZO gegenüber NRP (Auftraggeber: KuKo existiert nicht mehr) &gt; Konzeptbericht</li> <li>- Liste der Infoveranstaltung mit Brief, Versand per Mail im Juni  Briefinhalt: Danke für die bisherige Mitarbeit / Konzeptphase abgeschlossen / Erkenntnisse oder Auswertung der Umfrage / wer ist dabei / Übertritt in Vorprojektphase / werden auf dem Laufenden gehalten / werden punktuell wieder auf sie zukommen / Start ins Vorprojekt - Module xx werden weiter verfolgt / allenfalls Meinungen abholen</li> <li>- Gemeinden (inkl. Wildberg und Zell)</li> <li>- Kanton (AWEL, ALN, Wissensträger)</li> <li>- Bevölkerung – Flyer wurde nicht verschickt / Information dann vorsehen, wenn wir etwas Konkretes im Vorprojekt haben</li> <li>- Website?</li> <li>- Presse? Erst informieren, wenn die Betroffenen informiert sind.</li> </ul>	

## 5. Projektorganisation und Kickoff Phase 3a

Bis jetzt ist das Projekt im kleinen Rahmen geführt worden mit sehr vielen „gemeinnützigen“ Arbeitsstunden. Das Projekt wird von öffentlichen Geldern finanziert, ist sehr umfangreich, aufwändig und muss professionell geführt werden. Es darf nicht von einzelnen Personen abhängig sein. Auch die Start-Finanzierung mit rund Fr. 100'000.00 verpflichtet, und die Finanzierungs-Suche von 4 Mio. bedingt einen professionellen und verantwortungsvollen Auftritt. Dies ist nur möglich mit einer semiprofessionellen Projektorganisation.

Einbezug der SZO Bauma, Mirjam Wüthrich, zentrale Rolle in der Entwicklung und insbesondere im Betrieb als Akteure

- ERT ist ein Tourismusprojekt mit soziokulturellen Aspekten
- Die SZO muss bei der Entwicklung und im Betrieb massgeblich beteiligt werden
- Stunden-Budget über das Projekt abrechnen
- Buchbare Angebote sind ihr Kerngeschäft (Marketing) – sie beurteilen, ob die Packages buchbar sind
- Projektleitung durch die SZO (eher nicht gefragt)
- SZO später als Geschäftsstelle ERT (budgetieren)
- Nächster Austausch mit der SZO am 10.6.22,  
Ueli Erb wird das Gespräch vorbereiten / Michael Hutzli wird Ueli Erb begleiten

Ueli Erb präsentiert eine Folie mit einer möglichen Projektorganisation:

### Trägerverein:

Mitglieder sind die Standort-Gemeinden. Es sind ausschliesslich politische Gemeinden, möglicherweise auch solche, die (noch) nichts bezahlen. Es braucht einen Vorsitz, welcher idealerweise auch den Projektausschuss leitet. Wichtig: AKV (Aufgaben/Kompetenzen/Verantwortung). Der Trägerverein fällt politische Entscheide an 2 – 3 Sitzungen pro Jahr. Erst mit dem Trägerverein ist es z.B. möglich, Lotteriegelder zu beantragen.

### Projektausschuss

Er ist das „Scharnier“ zwischen Behörden, Auftraggeber und professionellen Institutionen, die das Projekt kreativ, technisch und kommunikativ begleiten. Der Trägerverein ist mit einer Delegation vertreten. Weitere nötige Unterstützung im Projektausschuss sind:), Finanzen (auch Rechnungsführung bestimmen), SZO. Der Ausschuss ist gegenüber dem Auftraggeber (Trägerverein) verantwortlich. Wichtig: AKV (Aufgaben/Kompetenzen/Verantwortung). Geplante Sitzungen wie die bisherige Projektleiter-Organisation mit Stellvertreter-Regelungen. Es braucht ein Besoldungsreglement.

### Projektteam

Es besteht aus beauftragten Firmen und Einzelpersonen: z.Zt. Erlebnisplan, Suter von Känel Wild und Comm.care. Jemand muss die Leitung dieses Teams übernehmen. Der Leiter Projektteam muss mittelfristig die operative Verantwortung wahrnehmen können und hat Einsitz im Trägerverein und Projektausschuss. Die eigentliche Arbeit für die Teilprojekte wird im Projektteam geleistet. Protokollführung bestimmen.

### Unterstützung:

Kanton Zürich (AWEL, ALN), Gewerbevereine, Verkehrsvereine, Service-Clubs, Wissensträger. Hier ist eine punktuelle Mitarbeit gefragt.

### Geldgeber

Gemeinden, Kanton, Stiftungen, Sponsoren, Gönner, etc

### Terminplan:

In einer ersten Phase sollten prioritär Projekte durchgeplant werden, welche ab dem 1. oder 2. Quartal realisiert werden können.

<p><b>a) Trägerschaft</b>  Wenn wir nach Sommerferien aktiv sein wollen, braucht es Klarheit über die Trägerschaft und ihre Strukturen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Vereinsstruktur</li> <li>- Gründungsversammlung</li> <li>- Statutenentwurf</li> <li>- Finanzen</li> <li>- Personelles</li> </ul> <p>in einem noch zu erstellenden Projekthandbuch müssen die Organisation und die Verantwortlichkeiten beschrieben sein, d.h. wer welche Funktionen hat und wer mit wem redet und in welcher Funktion. Wie heissen die Sitzungen und welche Aufgaben, Kompetenzen und Verantwortung haben sie. Bezeichnung des Projektausschusses. Priorisierung der Teilprojekte</p> <p>Simon Mösch und Michael Hutzli werden einen Vorschlag ausarbeiten für die Vereinsstruktur. (s.a. nächstes Traktandum) und dabei die Funktionen des Projektausschusses einbeziehen.</p>	Simon Mösch/ Michael Hutzli
<p><b>b) Projektausschuss</b>  Die Struktur der Projektleitung hat auch Einfluss auf die geplante Struktur der Trägerschaft. Die Funktionen des Projektausschusses müssen formuliert sein, insbesondere die Verbindung zu den bezahlten Institutionen. Gemäss Ueli Erb läuft ein Doodle mit den 3 Mitgliedern des Projektteams für die Angebotssitzung. Voraussetzung: vorhandenes Projekthandbuch, mit rechtlichen Richtlinien und Aufgabenbeschrieb. Ziel: vor den Sommerferien kennen wir die Spielregeln, auch bevor der Trägerverein gegründet worden ist. Ueli Erb wird einen Vorschlag ausarbeiten.</p> <p>Das Projekt ist sehr Wila-lastig, so dass eher kein Gemeinderat-Vertreter von Wila in der Projektleitung ist. Hanspeter Meier wird Res Sudler oder Rene Gubler Turbenthal fragen. Wichtig ist jemand, der sich mit Herzblut für das Projekt einsetzt und der es auch kann. Der Verein muss seinen Vorsitz selber bestimmen.</p> <p><u>Jetzige Projektleitung / zukünftige Mitarbeit</u>  Daniel Gasser ist in der jetzigen Projektleitung als Vertreter von den Zürcher Wanderwegen. Er sieht sich nicht mehr als Mitglied der Projektleitung. Die Mitarbeit in den Teilprojekten, z.B. Landenbergerwege ist sehr wichtig. Ueli Erb steht dem Projekt ab Mitte August nicht mehr zur Verfügung.</p> <p>Die Rolle der jetzigen Projektleitung wird an der nächsten PL-Sitzung besprochen.</p>	Ueli Erb
<p><b>c) Projektteam (beauftragte Büros)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kreativ: Erlebnisplan</li> <li>- Technisch: Suter von Känel Wild</li> <li>- Kommunikation / Grafik: Commcare</li> </ul> <p>Innerhalb der beauftragten Büros wird der Leiter und der stellvertretende Leiter des Projektteams definiert. Dieser hat Einsitz im Projektausschuss</p>	
<p><b>6. Verschiedenes / nächste Sitzung</b></p> <p><u>2. Tösstaler Kulturtreffen im Oktober 2022</u>  Die Kulturtreffen wurden von Hans Thalmannt initiiert vor 3 – 5 Jahren (u.a. Schlossschür, etc.). Da wurde auch die Idee des neuen Tössweges angestossen. Wegen Corona wurden weitere Treffen immer wieder verschoben. Aktuell ist Wolfgang Wahl zuständig für Termin und Inhalt der Veranstaltung. Innerhalb der Projektgruppe wird noch definiert, wer das Referat am Anlass durchführt.</p> <p><u>Rückbau Töss91-Weg</u>  Das Thema bleibt pendent mit nicht erster Priorität.</p>	



<p><u>Apéro Informationsveranstaltung</u> Eigentlich hätte die Gemeinde Fischenthal den Apéro übernehmen sollen. Ruedi Pfeiffer hat davon keine Kenntnis. Somit bezahlen wir die Rechnung von unserem (überzogenen) Budget und verrechnen es allenfalls zu Beginn des Projektstarts.</p> <p><u>Imbiss 16. PL-Sitzung</u> Auch dieses Nachtessen wird in die bisherigen Projektkosten hineingerechnet.</p> <p><u>Flyer</u> Der Flyer ist entworfen und hätte an die Bevölkerung verteilt werden können, um ihre Meinungsbildung abzufragen. Die Arbeit ist nicht vergebens, da ein Flyer für den Start Vorprojekt vorgesehen werden könnte.</p> <p><u>Finanzen</u> Geld kommt von einigen Gemeinden erst im Jahr 2023. Allenfalls muss mit einem Darlehen gearbeitet werden von Wila. In den Beschlüssen der Gemeinden wird beschrieben, wie sie die Finanzierung regeln.</p>	
<p><b>Nächste Pendenzen</b> Abschluss-Bericht der ersten beiden Phasen – Form/Umfang/Verteiler Trägerschaft, Vereinsstruktur, Ausarbeitung Entwurf Projektorganisation Projektteam, Ausarbeitung Entwurf</p> <p><b>Nächste Termine</b> Austausch mit SZO: 10.6.22, 13.30 Bahnhof Bauma Angebotssitzung mit beauftragten Büros: 17.6.2022 NM in Zürich</p> <p>17. Projektleitersitzung Mittwoch, 29. Juni 2022, 15.00 Primarschulhaus Wila</p>	<p>alle U.Erb S.Mösch</p> <p>Ueli Erb/ M. Hutzli</p> <p>alle</p>

24.5.22 Christa Romer

## **8.7 NRP Finanzierung**

IG Tösswege  
c/o Ueli Erb  
Sommeraustrasse 20  
8492 Wila

Bauma, 22. März 2021 / 21\_7172

## **Entscheid NRP-Gesuch «Tösswege» Themenwege im oberen Tösstal**

Sehr geehrter Herr Erb

Am 23. Februar 2021 reichten Sie das Gesuch um à-fonds-perdu Mittel der Neuen Regionalpolitik (NRP) für das Projekt «Tösswege» (Themenwege im oberen Tösstal) bei Pro Zürcher Berggebiet ein.

### **Ausgangslage**

Zwischen Winterthur und Bauma wurde zum Anlass des Jubiläums der Schweizerischen Eidgenossenschaft im Jahr 1991 ein durchgehender Themenweg mit Seitenästen erstellt. Mit fast fünfzig Hinweistafeln werden kulturelle, technische, geologische und weitere Inhalte vermittelt. Diese Hinweistafeln sind bezüglich des Erscheinungsbildes und des Zustands in die Jahre gekommen. Der touristische Wert eines so umfassenden Weges ist in der heutigen Zeit eher fraglich. Seit mehreren Jahren befassen sich unterschiedliche Personengruppen erfolgreich mit der Erneuerung des Weges «Töss91».

Die Gemeinden Wila, Turbenthal, Bauma, Fischenthal, Zell, Wildberg und Wald haben nun eine Spurguppe «Projekt Tössweg 2030» lanciert. Diese soll einen Vorschlag für die Erstellung und Finanzierung des Projektes erarbeiten. Die Spurguppe entwickelt Lösungsansätze und wird mit der Ausarbeitung von einem oder mehreren Vorprojekten betraut. Ziel ist, die bestehenden Spazier- und Wanderwege entlang der Töss zu modernen Themenwegen aufzuwerten. Darin sollen Freizeitaktivitäten, der Unterhaltungsaspekt, sowie die Vermittlung von Wissen zu Landschaft, Natur und dem Kulturerbe integriert werden. Ebenso sollen sich die BesucherInnen mit den Themen der Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft auseinandersetzen. Um all diese Facetten für den Gast zeitgemäss aufzubereiten und erlebbar zu machen, werden entsprechende pädagogische und methodische Instrumente eingesetzt.

### **Ziele und Massnahmen**

Das Projekt stärkt die Zusammenarbeit der Gemeinden in den Themen Kultur, Natur und Landschaft. Zudem setzen sich die Gemeinden gemeinsam für die Pflege und Inwertsetzung des Kulturerbes im Tösstal ein. Die Erneuerung der Themenwege kommt dem steigenden Bedürfnis nach Naherholung und Interesse der Gäste an der Geschichte einer Region nach. Weiter soll das Projekt zur Erhöhung der touristischen Wertschöpfung in der Region beitragen, indem touristische Anbieter und lokale Gastronomiebetriebe eingebunden werden. Das Projekt soll einen sanften und nachhaltigen Tourismus ermöglichen, wobei auf bestehender Infrastruktur aufgebaut wird. Die à-fonds-perdu Mittel sollen für die Konzeptentwicklung (Projektphase II) eingesetzt werden. Darin enthalten ist auch eine Schätzung der Umsetzungskosten, die beispielsweise für externe Spezialisten wie Konzeptentwickler, Grafiker und Informatiker anfallen.

## **Erwägungen**

Die Ausführungen der Gesuchstellerin sind nachvollziehbar und die Ziele entsprechen den künftigen Herausforderungen an einen wettbewerbsfähigen Standort. Unter dem Titel «Tösswege» sollen attraktive Themenwege mit überregionaler Ausstrahlung entstehen. Es wird ein zeitgemässes touristisches Angebot geschaffen, was die Wettbewerbsfähigkeit der touristischen Destination stärkt. Zudem fördert die Erneuerung des bestehenden Themenweges «Töss91» kulturellen, touristischen und wirtschaftlichen Mehrwert im Tösstal und hat verbindenden Charakter. Die Zusammenarbeit zwischen den Gemeinden wird vertieft und eine gemeinsame Pflege des Kulturerbes gesichert. Die «Tösswege» ermöglichen einen sanften und nachhaltigen Tourismus und haben das Potenzial, langfristig zu einem wichtigen Anziehungspunkt für Erholungssuchende im Zürcher Berggebiet zu werden.

Das Projekt ist breit abgestützt. Unter dem Lead der IG Tösswege und durch den Einbezug verschiedener Gemeinden, touristischer Anbieter, Gastrobetriebe und des Kulturerbes ist eine ganzheitliche Betrachtung und Entwicklung sichergestellt. Das Projekt verbindet also nicht nur geografisch. Über das gemeinsame Vorhaben werden auch Akteure verschiedener Branchen zusammengebracht, womit das Projekt identitätsstiftenden Charakter hat. Dies alles bildet eine solide Basis – auch für die Weiterentwicklung in Zukunft. Das Projekt passt darüber hinaus zu den inhaltlichen Themenschwerpunkten Tourismus und Ruhelandschaft des NRP-Umsetzungsprogrammes 2020-2023.

## **Entscheid**

Das Projekt erfüllt die NRP-Kriterien. Aufgrund der oben dargelegten Überlegungen freut sich PZB, das NRP-Gesuch positiv zu beantworten und den Betrag von total CHF 30'000.– zu bewilligen. Gleichzeitig verpflichtet sich die Projektträgerschaft zu folgenden Leistungen:

- Die Mittel werden zweckgebunden gemäss dem Gesuch und ausschliesslich für das Projekt «Tösswege» eingesetzt. Darüber ist per Projektende ein Nachweis zu erbringen, spätestens am 31.12.2023. PZB kann zur Überprüfung zusätzliche Belege verlangen.
- PZB wird jährlich bis Projektende über die Arbeiten informiert.
- Die Projektträgerschaft stellt sicher, dass die Mittel nicht für die Finanzierung von Infrastrukturen verwendet werden. Ebenso garantiert sie, dass keine Doppelfinanzierung (andere Förderinstrumente) vorliegt.
- Die Projektträgerschaft wird angehalten, die zuständigen kantonalen Stellen (z.B. Tiefbauamt, Forst) frühzeitig in das Projekt einzubinden. Auch die Zürcher Wanderwege sollten frühzeitig über das Vorhaben informiert werden.
- PZB (bzw. Zürioberland Tourismus im Rahmen der touristischen Kommunikation und Vermarktung) wird als Mittelgeberin transparent aufgeführt (z.B. Print- und online-Kommunikation, Schlussbericht). Vor der Publikation von Druckmitteln wird das Gut-zum-Druck eingeholt (mind. drei Arbeitstage). Bitte beachten Sie die Vorgaben im CI/CD von «natürli Zürioberland.»
- Die Projektträgerschaft nutzt nach Möglichkeit die Kanäle von Zürioberland Tourismus, um das Angebot zu vermarkten (z.B. Freizeitbroschüre «natürli Zürioberland»), gemäss separaten Konditionen.
- Die Projektträgerschaft informiert PZB frühzeitig über allfällige Projektanpassungen.

PZB behält sich das Recht vor, den Betrag oder einen Anteil davon bis und mit 2024 zurückzufordern, wenn die obigen Leistungen nicht erbracht werden. Sobald die Projektträgerschaft bestätigt, mit den obigen Leistungen einverstanden zu sein, lösen wir die Zahlung des Unterstützungsbeitrages aus.

Bei Fragen zum Entscheid oder den Leistungen dürfen Sie sich gerne an uns wenden. Wir wünschen Ihnen viel Erfolg bei der Umsetzung des Projekts!

Freundliche Grüsse

**Pro Zürcher Berggebiet**



Ernst Kocher  
Präsident



Daniela Waser  
Geschäftsführerin

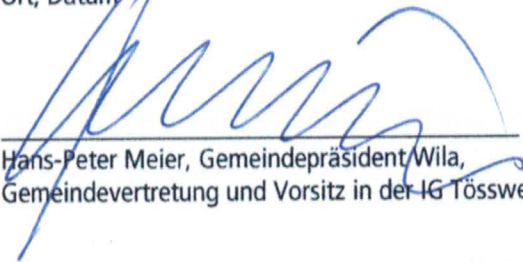
Wir haben die Bedingungen gelesen und sind damit einverstanden.

**Interessengemeinschaft Tösswege**

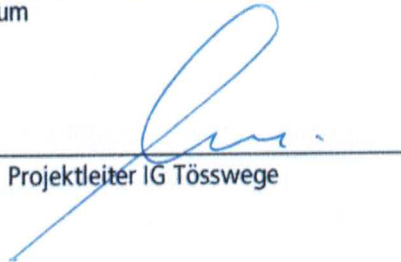
**Projektleitung IG Tösswege**

Wila, 25. 3. 2021  
Ort, Datum

Wila, 25. März 2021  
Ort, Datum



Hans-Peter Meier, Gemeindepräsident Wila,  
Gemeindevertretung und Vorsitz in der IG Tösswege



Ueli Erb, Projektleiter IG Tösswege

IG Tösswege  
c/o Ueli Erb  
Sommeraustrasse 20  
8492 Wila

Bauma, 17. September 2021 / 21\_4114

## **Entscheid NRP-Nachtragsgesuch «Tösswege» Themenwege im oberen Tösstal**

Sehr geehrter Herr Erb, lieber Ueli

Am 23. Februar 2021 reichten Sie das Gesuch um à-fonds-perdu Mittel der Neuen Regionalpolitik (NRP) für das Projekt «Tösswege» (Themenwege im oberen Tösstal) bei Pro Zürcher Berggebiet ein. Gemäss Entscheid vom 22. März 2021 erfüllt das Projekt die NRP-Kriterien und wurde bewilligt.

Gemäss Ihrem Schreiben vom 27. August 2021 hat es im Projektverlauf kostenrelevante Veränderungen gegeben. Einerseits muss der ursprünglich geplante Startworkshop aufgrund der Einschränkungen im Zusammenhang mit der Corona-Pandemie in vier Teilveranstaltungen durchgeführt werden. Andererseits entstehen zusätzliche Kosten, weil zusätzlich Fachpersonen entschädigt werden müssen. Aus diesem Grund ersuchen Sie PZB, den à-fonds-perdu NRP-Beitrag um CHF 10'000.– auf CHF 40'000.– zu erhöhen.

PZB unterstützt das Engagement der Projektgruppe und der IG Tösswege nach wie vor. Ebenso sind die Gründe für die finanziellen Abweichungen transparent und nachvollziehbar. Deshalb freuen wir uns Ihnen mitzuteilen, dass wir Ihrem Nachtragsgesuch entsprechen. Sofern Sie einverstanden sind, dass die Bedingungen für die Leistungen gemäss Schreiben vom 22. März 2021 auch für die Nachtragszahlung gelten, überweisen wir den Betrag über CHF 10'000.– gerne auf das dannzumal angegebene Konto. Bitte unterzeichnen Sie hierzu dieses Schreiben auf der Rückseite und retournieren Sie ein Exemplar.

Bei Fragen zum Entscheid oder den Leistungen dürfen Sie sich gerne an uns wenden. Wir wünschen Ihnen viel Erfolg bei der Umsetzung des Projekts!

Freundliche Grüsse

**Pro Zürcher Berggebiet**



Ernst Kocher  
Präsident



Daniela Waser  
Geschäftsführerin


Wir sind mit den Bedingungen vom 22. März 2021 einverstanden.

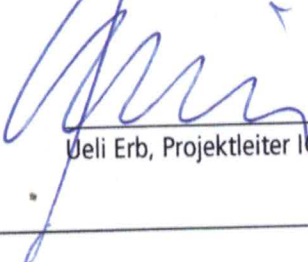
**Interessengemeinschaft Tösswege**

**Projektleitung IG Tösswege**

Wila 24.9.21  
Ort, Datum

Wila 24.9.21  
Ort, Datum

  
Hans-Peter Meier, Gemeindepräsident Wila,  
Gemeindevertretung und Vorsitz in der IG Tösswege

  
Ueli Erb, Projektleiter IG Tösswege



Neue Regionalpolitik **nrp**  
Nouvelle politique régionale **npr**  
Nuova politica regionale **npr**

**natürli**

ZÜRIOBERLAND.CH

**Pro Zürcher Berggebiet**  
Regionalmanagement  
Bahnhofstrasse 13 | Postfach 161  
8494 Bauma  
Tel +41 52 396 50 90  
Fax +41 52 396 50 98  
info@prozb.ch  
www.prozürcherberggebiet.ch

# Finanzierungsgesuch

## Für Projekte der Neuen Regionalpolitik (NRP) Gemäss Umsetzungsprogramm 2020-2023 des Kantons Zürich

### 1. Projektangaben (vom Gesuchsteller auszufüllen)

#### 1.1. Angaben zu Gesuchsteller und Kontaktperson

Gesuchsteller (Organisation)	IG Tösswege (Trägerschaft)
Adresse	IG Tösswege c/o. Ueli Erb, Sommeraustasse 20
PLZ Ort	8492 Wila
Zuständige Kontaktperson	Ueli Erb
Telefon	052 385 32 73 / 079 427 84 06
E-Mail	ueli@erb-wila.ch

#### 1.2. Angaben zum Projekt

Name des Projektes	<b>Tösswege</b> (Themenwege im oberen Tösstal)
Rechtsform Gesuchsteller	Interessensgemeinschaft (IG)
Rechtsform und Tätigkeitsbereich/ Branche Gesuchsteller	für Entwicklungsphase keine spezielle Rechtsform, voraussichtlich wird im 4. Quartal 2021 ein Verein gegründet
Innerkantonale Partner des Projektes	Politische Gemeinden Pro Zürcher Berggebiet (PZO) Baudirektion Kanton Zürich (AWEL, Abt. Wald) Kulturkommission Zürcher Oberland
Ausserkantonale Partner des Projektes	--
Projektleitung (Name, Vorname, Funktion)	Ueli Erb, Projektleiter IG Tösswege
Telefon direkt	052 385 32 73 / 079 427 84 06
E-Mail direkt	ueli@erb-wila.ch

#### Mitgliedsgemeinden

Bäretswil · Bauma · Bichelsee-Balterswil · Elgg · Eschenbach · Fischenthal · Fischingen · Hinwil · Schlatt ZH · Turbenthal · Wald ZH · Wila · Wildberg





## 2. Projektbeschreibung

Titel	<b>Tösswege</b>
Beschrieb	<p>In der einmaligen Kulturlandschaft zwischen dem Quellgebiet der Töss und der Winterthurer Stadtgrenze werden verschiedene landschaftlich reizvolle Spazier- und Wanderwege zu modernen Themenwegen aufgewertet.</p> <p>Auf den Tösswegen wird Wissen nach aktuellen pädagogischen und methodischen Erkenntnissen in einzelnen Modulen vermittelt. Dabei stehen interessante und innovative Freizeitaktivitäten und Unterhaltung, aber auch beschauliche Erlebnisse im Zentrum, insbesondere in den Bereichen Kultur, Natur und Landschaft im Vordergrund. Die Besucherinnen und Besucher von nah und fern setzen sich wandernd mit Themen aus der Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft auseinander.</p> <p><i>(weiteres zur Projektidee siehe beiliegende Machbarkeitsstudie)</i></p>
Ziele (quantitativ und qualitativ)	<p>In Übereinstimmung mit dem aktuellen Umsetzungsplan (UP) der Neuen Regionalpolitik (NRP) liegen bei der Entwicklung des Projektes auf den Fokussen Tourismus, Ruhelandschaft und als Klammerfunktion die Digitalisierung.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- das Projekt Tösswege steht für eine vertiefte Zusammenarbeit unter den Töss-Gemeinden in den Bereichen Kultur, Natur und Landschaft</li> <li>- Gemeinsame Pflege des kulturellen Lebens und des Kulturerbes im Tösstal</li> <li>- Identifikation der einheimischen Bevölkerung mit ihrer Region</li> <li>- Erhöhung der touristischen Wertschöpfung in der Region Pro Zürcher Berggebiet</li> <li>- Förderung von heutigen Bedürfnissen nach Freizeitgestaltung</li> <li>- Lenkung von Besucherströmen im Zürcher Berggebiet</li> </ul> <p>Insbesondere liegt bei der Projektentwicklung das Augenmerk auf der Vernetzung mit möglichst vielen touristischen Anbietern und lokalen Gastrobetrieben. Ziel ist es mindestens zwölf Anbieter in das zu involvieren.</p> <p>Mit dem Projekt soll ein massgebender und messbarer Beitrag zu einem sanften Tourismus in der Region entwickelt werden.</p>
Projektbeginn	2021 (abgeschlossene Vorphase 2020)
Projektende	ca. 2023, abhängig von Anzahl der zu realisierenden Wege und der definitiven Finanzierung.
Ende der Anschubfinanzierung	2022
Ausstrahlung und regionaler Bezug	<input checked="" type="checkbox"/> kommunal <input checked="" type="checkbox"/> regional <input checked="" type="checkbox"/> kantonal <input checked="" type="checkbox"/> überkantonal
Begründung:	<p>Die verschiedenen Themen der Tösswege (Module) sprechen ein breites Publikum an: Tössquellenweg, Tösswasserweg, Landenbergerweg, Kulturweg Bauma. Die vorgesehene Art der teilweisen digitalen Wissensvermittlung verbunden mit Aktivitäten, entspricht den heutigen Erwartungen und stellt für die Region einen Mehrwert dar.</p> <p>Teilweise schon heute vorhandene Angebote sollen nachhaltig vernetzt und deren Attraktivität gesteigert werden.</p>

## 2.1. Projektorganisation

Wer ist an der Umsetzung des Projektes beteiligt und welche Aufgaben, Funktionen und Verantwortungen übernehmen diese Personen?

### Trägerschaft (IG Tösswege)

Name, Vorname	Funktion	Aufgaben	Verantwortung
Meier Hans Peter, GP Wila	Vorsitz, Gemeinde- vertretung	Koordination des Projekts mit der Projektleitung und in den involvierten Gemeinden	Steuerung des Projektes innerhalb der Gemeinden
Brunner Georg GP Turbenthal	Gemeinde- vertretung	Mitwirkung im Projekt, Beschlussfassung innerhalb seiner Gemeinde	Mitarbeit
Ruzika Kathrin GR Turbenthal	Gemeinde- vertretung	Mitwirkung im Projekt	Mitarbeit
Kananbé Géza GR Bauma	Gemeinde- vertretung	Mitwirkung im Projekt, Beschlussfassung innerhalb seiner Gemeinde	Mitarbeit
Pfeiffer Rudolf GR Steg	Gemeinde- vertretung	Mitwirkung im Projekt, Beschlussfassung innerhalb seiner Gemeinde	Mitarbeit
Vontobel Hano, Förster Steg	Vertretung Forst	Mitwirkung im Projekt	Mitarbeit
Noch offen: weitere Gemeindevertretungen aus Zell, Wildberg, Wald und Bauma, Vertreter AWEL, Vertreter kantonales Forstrevier Tössstock			

### Projektleitung

Name, Vorname	Funktion	Aufgaben	Verantwortung
Erb Ueli	Projektleiter	Leitung und Koordination des Projekts	operative Planung und Steuerung des Projektes
Gujer Theo	Delegierter KUWEZO	Mitwirkung im Projekt, Wissensträger und Koordination von anderen Wegprojekten	Mitarbeit, Hüter der Erkenntnisse aus dem „Handbuch Kulturwege“
Romer Christa	Administration	Schriftlichkeiten	Mitarbeit, Hüterin der Erkenntnisse aus dem „Handbuch Kulturwege“
Gasser Daniel	Aussenansicht	Mitwirkung und Einbringen von Bedürfnissen der Weg-BenutzerInnen	Mitarbeit
Humm Nathalie	Tourismus Zür Oberland	Angebot der Dienste im Zusammenhang mit dem Regionalmanagement	Mitarbeit, Beratung

### Projektbegleitung

Name, Vorname	Funktion	Aufgaben	Verantwortung
Billau Christian Erlebnisplan AG Luzern	Beauftragter Planer in spe	Unterstützung Projektleitung, Konzeptentwicklung, Kostenermittlung Terminabschätzung	Ansprechpartner Erlebnisplan AG

## 2.2. Massnahmen und Indikatoren

<b>Massnahmen</b> (Was wird gemacht?)	<b>Indikatoren</b> (wie wird es gemessen? z.B. Anzahl Gäste, Umsatz)
Auf der Basis der Machbarkeitsstudie (angeschlossene Phase 1) werden nach Konsultation der betroffenen Gemeindevertretungen, der kant. Baudirektion (AWEL und Forst) und dem Dampfbahnverein Zürcher Oberland (DVZO) die detaillierten Projektbeschriebe als Vorbereitung für Phase 2 der Tösswege erarbeitet.	Mit dem Einbezug der Gemeindevertretungen ist die direkte Mitarbeit der Involvierten für das Projekt gewährleistet. Indikator: Mit dem Einbezug der Gemeindedelegierten wird im frühestmöglichen Stadium der Start oder das Aus des Projekts entschieden.
Ausarbeitung eines Vorprojekts / Entwicklungskonzeptes mit Kostenschätzungen (Phase 2).  <i>(weiteres zur Erarbeitung des Vorprojekts / Entwicklungskonzeptes siehe Angebot Entwicklungskonzept Themenwege / Erlebnisraum „Tössweg 2030“ der Erlebnisplan AG im Anhang)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Beschlussfassung der Gemeinden für den Start des Projekts auf der Basis des Vorprojekts mit Kostendach, Personalaufwand, etc.</li> <li>- Controlling durch die Projektbegleitung eines ausgewiesenen und erfahrenen Projektplaners</li> </ul>
Start des Projekts Tösswege	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Beschlussfassung der Gemeinden für die Realisierung der Wege</li> <li>- Bildung von Trägerschaften für einzelne Module</li> </ul>
Realisierte Tösswege	<p>Die Tösswege können jederzeit und von jedermann besucht werden – kaum Messungen möglich – Mund-zu-Mund-Propaganda.</p> <p>Messbar sind: z.B. Anzahl Klicks auf den Homepages oder Anzahl Teilnehmerinnen / Teilnehmer von Wettbewerben oder Events, falls solche angeboten werden. Anzahl Gäste, Umsatz etc. lassen sich auch bei Führungen oder Museumseintritten messen.</p>

## 2.3. Erfüllung der Kriterien für NRP-Förderleistungen aus Sicht des Gesuchstellers

Bitte beschreiben Sie, inwiefern das Projekt die nachfolgenden Kriterien erfüllt:

Das Projekt passt zu folgendem Schwerpunkt im Umsetzungsprogramm des Kantons Zürich:

Tourismus

Ruhelandschaft

Regionalprodukte

RIS Ost (Wirtschaft/Innovation)

### **Wertschöpfung**

(Wie trägt das Projekt zur Steigerung der lokalen Wertschöpfung bei? Wie kann dies gemessen werden (Indikatoren)?)

Zieleffekte für die Themenwege im Tösstal sind:

- Touristische Wertschöpfung:  
...erhöhte Differenzierung und Alleinstellungsmerkmal  
...Erhöhung der Erlebnisqualität  
...Erhöhung der Aufenthaltsdauer
- Erhöhung der Wertschöpfung und verstärkte Vernetzung der touristischen Leistungsträger
- Erhöhte Reputation und Imagepflege
- Erhöhte Identifikation und Stärken des touristischen Bewusstseins vor Ort
- Innovative Freizeitaktivitäten für die Bewohner der Töss-Gemeinden und der angrenzenden urbanen Lebensräume

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nachhaltiges Angebot für das zunehmende gesellschaftliche Bedürfnis nach Gesundheit, physischer und psychischer Erholung sowie Entschleunigung als Ausgleich zum hektischen Alltag (Ruhelandschaft).</li> </ul> <p>Mit der gezielten Steigerung der Attraktivität der Region Zürcheroberland durch ein kombiniertes Spazier- und Wanderangebot soll auch der Absatz von Regionalprodukten (Food und Nonfood) gefördert und die Verweildauer von Erholungssuchenden von wenigen Stunden auf 1 – 2 Tagen erhöht werden.</p> <p>Es ist vorgesehen, ist geeigneten Maßnahmen in bescheidenem Ausmass einen finanziellen Beitrag an die Betriebskosten der Tösswege zu erwirtschaften:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wiederverkauf von Regionalprodukten</li> <li>- Kostenpflichtige Dienstleistungen wie zum Beispiel Führungen</li> <li>- Geführte Wanderungen und Exkursionen</li> <li>- Verkauf von Unterrichtsunterlagen</li> </ul>
<p><b>Export aus der Region</b> (Wie trägt das Projekt zur Stärkung der Exportfähigkeit der Region bei?)</p>	<p>Gut gelungene und nachhaltig erstellte Themen- und Kulturwege haben Vorbildcharakter für andere Regionen in der Schweiz.</p> <p>Mit Themenwegen kann gezielt der Bekanntheitsgrad einer Region erhöht und der Zugang zu Regionalprodukten gefördert werden.</p> <p>Indirekt tragen die Themenwege zum Absatz von Produkten aus der Region und deren überregionale Verbreitung bei.</p>
<p><b>Innovation</b> (Welche innovativen Ansätze hat das Projekt?)</p>	<p>Viele Themenwege entsprechen nicht mehr den modernen Bedürfnissen der heutigen Gesellschaft. Mit dem modularen Konzept der neuen Tösswege werden wichtige und zeitgemässe Merkmale umgesetzt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Moderne Präsentationsmethoden bei der Wissensvermittlung</li> <li>- Erlebnisse beim Wandern zu den Themen Kultur, Natur, Landschaft</li> <li>- Trägerschaften, welche die Wege betreiben und weiterentwickeln</li> <li>- Marketing mit der Vernetzung der Involvierten und dem Regionalmanagement Bauma</li> </ul> <p>Nebst der traditionellen Informationsvermittlung und Publikumssteuerung mit Hinweisschildern und Wegweiser stehen bei der Projektentwicklung digitale, dynamische Lösungsansätze im Vordergrund.</p> <p>Mit interaktiver Kommunikation und laufend aktualisierten Vernetzungen wird der Nutzen und die Attraktivität der Tösswege über einen längeren Zeitraum sichergestellt.</p>
<p><b>Vernetzung</b> (Wie viele und welche Akteure sind in das Projekt involviert?)</p>	<p>Das Projekt umfasst in erster Linie die Vernetzung von bestehenden und neu zu entwickelnden regionalen Angeboten, Attraktionen und Dienstleistungen entlang der Tösswege und Verknüpfungen zu vorhandenen Themenwegen (Industriepfad, Jakob-Stutz-Weg).</p> <p>Um die angestrebte Vernetzung von allem Anfang an sicherzustellen werden folgende Akteure bereits in den Entwicklungsprozess eingebunden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- regionale Projektleitung / Projektgruppe (Kenner der Region / Kulturwegbeauftragte)</li> <li>- lokale Trägerschaften für einzelne Wegabschnitte<sup>1</sup></li> <li>- Projektbegleitung (Fachpersonen für ähnliche Projekte)</li> <li>- Tourismus Zürioberland</li> <li>- Mindestens fünf Gemeinden entlang der Themenwege Töss,</li> <li>- Zusätzliche Gemeindevertretungen je nach Wegführung und Realisierung der Tösswege (Zell, Wildberg und Wald)</li> </ul>

<sup>1</sup> Erst ab den Phasen Detailplanung, Umsetzung und Betrieb

- Baudirektion Kanton Zürich, AWEL (Tössrevitalisierung, Wasserbautechnik)
- Baudirektion Kanton Zürich, Forstrevier Tössstock
- Dampfbahnverein Zürcher Oberland (Depotareal)
- Regionale Museen<sup>2</sup>
- Lokale Gastronomie<sup>2</sup>
- Weitere Anbieter von lokalen Produkten, Angeboten und Dienstleistungen wie zum Beispiel Souvenirs, Druckerzeugnisse, Führungen<sup>2</sup>

Ist die Finanzierung des Projektes sichergestellt (inkl. Beantragte NRP-Förderung)?  ja  nein

Wenn nein, welche Zusicherungen fehlen noch?

Aufgrund der Machbarkeitsstudie werden detailliertere Konzepte (Vorprojekte) entwickelt. Sobald die Kostenschätzung für die einzelnen Wege vorliegt, werden die Gemeinden für die Finanzierung angegangen. Zudem werden für einzelne Wege spezifisch Sponsoren (lokales Gewerbe und regionale Dienstleister) und Serviceclubs eingebunden. Des Weiteren werden auch andere Finanzierungsquellen wie Lotteriefonds und Stiftungen geprüft.

Bei der weiteren Projektentwicklung werden die Projektleitung und die Mitglieder der Trägerschaft (Gemeindevertreter) weitgehend wie bis anhin ehrenamtlich (Eigenleistungen) tätig sein.

Ist die Finanzierung des Betriebs nach Realisierung des Projektes oder nach Ende der Anschubfinanzierung sichergestellt?  ja  nein

Wenn nein, welche Zusicherungen fehlen noch?

Sobald eine Abschätzung der Umsetzungs- und Betriebskosten vorliegt, wird vor der Realisierung die längerfristige Trägerschaft gegründet und deren Finanzierung verbindlich geregelt (Standortgemeinden, AWEL, Verkehrsvereine)

<sup>2</sup> Für die Machbarkeitsstudie wurden noch keine konkreten Kontakte geknüpft

### 3. Schlüsselkriterien für Projekte

Die nachfolgenden Schlüsselkriterien sind ausschlaggebend für die Beurteilung des NRP-Gesuches. Bitte schätzen Sie nachfolgend ein, ob das Projekt diese aus Ihrer Sicht (nicht) erfüllt. Die Detailbeschreibung der Schlüsselkriterien finden Sie im Dokument [«Schlüsselkriterien für Projekte der Neuen Regionalpolitik»](#).

	Ja	Nein
1. <b>Einordnung in die kantonale Strategie:</b> Das Projekt muss sich in die kantonale Entwicklungsstrategie einfügen und zur Erreichung der kantonalen Ziele beitragen (vgl. Umsetzungsprogramm Kt. Zürich).	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. <b>Abgrenzung zu anderen Politiken und Förderinstrumenten:</b> Das Projekt fällt nicht in den Kernbereich eines anderen Förderinstrumentes und steht nicht im Widerspruch zu Strategien anderer Sektoralpolitiken. Sofern Finanzierungsgesuche zu anderen Förderinstrumenten angestrebt oder getätigt wurden, müssen diese offengelegt werden. Eine Kombination verschiedener Förderinstrumente ist nur dann möglich, wenn diese für verschiedene Aufgaben oder Zeitperioden eingesetzt werden.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. <b>Räumliche Wirkung:</b> Die Wirkungen des Projekts liegen hauptsächlich im räumlichen Perimeter der NRP. Projekte sind auf die regionalen Wirtschaftszentren sowie auf funktionale Räume ausgerichtet.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. <b>Wertschöpfungsorientierung:</b> Das Projekt entspricht echten Marktbedürfnissen und schafft so direkt regionale Wertschöpfung oder bereitet deren Entwicklung vor. Es zeigt das Marktpotenzial auf, und wie zur Schaffung oder zum Erhalt von Arbeitsplätzen in einem Ausmass beigetragen wird, das für den jeweiligen Standort relevant ist.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
5. <b>Exportorientierung:</b> Das Projekt trägt zur Entwicklung von Produkten und Dienstleistungen bei, die aus der Region exportiert werden, oder zur Stärkung der Exportfähigkeit einer Region	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
6. <b>Innovation:</b> Das Projekt trägt zur Stärkung der Innovationsfähigkeit einer Region oder zur Schaffung von Produkten oder Dienstleistungen bei, die bisher ungestillte Bedürfnisse befriedigen.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. <b>Anschubfinanzierung:</b> Die Finanzierung beschränkt sich auf die Entwicklungs- und Aufbauphase eines Projekts. Diese hängt vom Projekt ab, sollte aber nicht mehr als vier Jahre betragen.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. <b>Wettbewerbskonformität:</b> Das Projekt ist im vorwettbewerblichen Bereich angesiedelt und wird von einer überbetrieblichen Trägerschaft getragen. Einzelbetriebliche Förderung ist ausgeschlossen.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
9. <b>Nachhaltigkeit:</b> Das Projekt berücksichtigt die Anforderung an eine nachhaltige Entwicklung	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## 4. Finanzierung

### 4.1. Finanzierung Konzeptentwicklung (Planungsphase)

<b>Gesamtkosten Konzeptentwicklung</b>		CHF 40'000.00	100%
<b>gemäss Kostenzusammenstellung Machbarkeitsstudie</b>			
/./ Fremdkapital (exkl. Beantragte Fördermittel)	CHF 0.00		0%
/./ Eigenleistungen*	CHF 10'000.00		25%
/./ Bundes- oder Kantonsbeiträge (andere Ämter)	CHF 0.00		0%
/./ Beiträge Gemeinde(n)	CHF 0.00		0%
<b>Restkosten zu Lasten Gesuchsteller</b>		CHF 30'000.00	75%
inkl. Beantragte Fördermittel, Darlehen, Äquivalenzleistungen, Beiträge, Sacheinlagen)			

\*) Eigenleistungen:

- Entschädigung der Projektmitarbeitenden der IG Tösswege der durch die beteiligten Gemeinden
- Projektleitung in Freiwilligenarbeit
- Unentgeltliche Rechnungsführung durch die Gemeinde Wila

### 4.2. Finanzierung Betriebskosten (nur bei Investitionen für Infrastrukturen auszufüllen)

<b>Gesamtkosten Investition gemäss Businessplan oder Kostenzusammenstellung</b>		CHF 0.00	100%
/./ Öffentliche Betriebsbeiträge	CHF 0.00		#DIV/0!
/./ Beiträge Dritter	CHF 0.00		#DIV/0!
/./ Diverse Einnahmen	CHF 0.00		#DIV/0!
/./ Beiträge Gemeinde(n)	CHF 0.00		#DIV/0!
<b>Restkosten zu Lasten Gesuchsteller</b>		CHF 0.00	#DIV/0!

Bemerkungen:

in der Planungsphase werden die Investitionskosten eruiert

## 5. Antrag Förderleistungen

Der Gesuchsteller beantragt folgende NRP-Förderleistung	<input checked="" type="checkbox"/> NRP-Beitrag (Bund und Kanton) à-fond-perdu	CHF 30'000.00		
(entweder oder).	<input type="checkbox"/> NRP-Darlehen (Bund)	CHF	Anzahl Jahre (10 oder 15 Jahre)	
Wie wird ein allfälliges Darlehen sichergestellt? (Bestätigung beilegen)	<input type="checkbox"/> Gemeindegarantie	<input type="checkbox"/> Bankgarantie	<input type="checkbox"/> Grundpfandverschreibung	
	<input type="checkbox"/> andere Garantie	nein		

### 5.1. Auszahlungsadresse für NRP-Förderleistungen

Bank oder Post	
Kontoinhaber	Gemeinde Wila, Kugelgasse 2, 8492 Wila
IBAN	
BC oder PC-Konto der Bank	

### 5.2. Bemerkungen

Die politische Gemeinde Wila übernimmt die Rechnungsführung im Auftrag der Trägerschaft Tösswege.

### 5.3. Unterlagen zum Projekt

Die Gesuchseingabe stützt sich auf folgende Unterlagen, welche dem Gesuch beiliegen (\* Pflicht):

- Machbarkeitsstudie /  
Projektbeschreibung, Konzept oder Businessplan\*
- Organigramm der Projektorganisation > in der Machbarkeitsstudie integriert
- Jahresabschlüsse des Gesuchstellers (letzte 3 Jahre)
- Genehmigung des Projektes (z.B. Protokollauszug)
- Kopie Handelsregisterauszug Gesuchsteller (sofern im HR)
- Bestätigung über Sicherstellung des Darlehens oder Grundbuchauszug (nur bei Antrag um Darlehen)
- Beitragszusicherung (def. oder Vorentscheid) von Bund, Kanton, Gemeinden, Dritten etc.
- Angebot Entwicklungskonzept Themenwege / Erlebnisraum „Tössweg 2030“

### Unterschrift

Ort und Datum

Stempel und Unterschrift Gesuchsteller

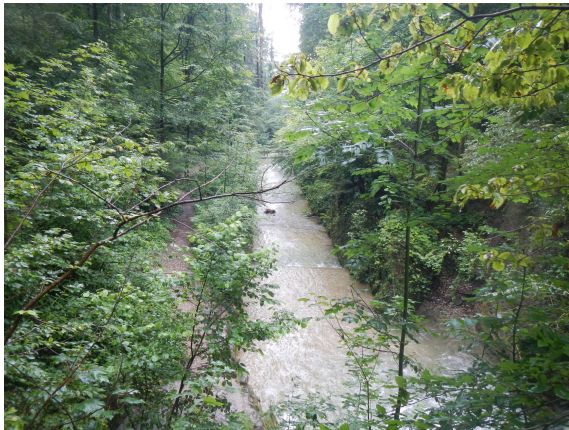
Wila, xx. Februar 2021

Ueli Erb

Christa Romer



## **8.8 Informationsveranstaltung vom 22.3.22 (Foliensatz)**



# Informationsveranstaltung

22.03.2022



# Agenda

- Begrüssung
- ErlebnisRaum Tösstal als Tourismusprojekt
- Ausgangslage und Herleitung
- Visionen & Leitsätze
- Auftrag, Projektstand und Ziele
- Präsentation Konzeptbericht
- Kosten
- Trägerschaft / Projektorganisation
- Nächste Schritte

Ruedi Pfeiffer, GR Fischenthal  
Mirjam Wüthrich, Standortförderung  
Philipp Berweger, erlebnisplan AG  
Projektleitung  
Ueli Erb, PL ErlebnisRaum Tösstal  
Philipp Berweger, erlebnisplan AG  
Simon Mösch, GR Wila  
Ueli Erb, PL ErlebnisRaum Tösstal  
Michi Hutzli, PL Kommunikation



# Vorstellung



# Grussworte Gemeinderat

Gemeinderat Ruedi Pfeiffer, Fischenthal



# Touristische Einordnung

Mirjam Wüthrich, Leiterin Tourismus Standortförderung Zürioberland



**ZÜRI  
OBER  
LAND**

# **TOURISTISCHE EINORDNUNG TÖSSWEGE**

Fiscenthal, 22. März 2022

# Naherholung im Zürcher Oberland



Aktiv draussen in der Natur



Natur, Zeit, Ruhe



Regional geniessen



(Industrie-)Kultur

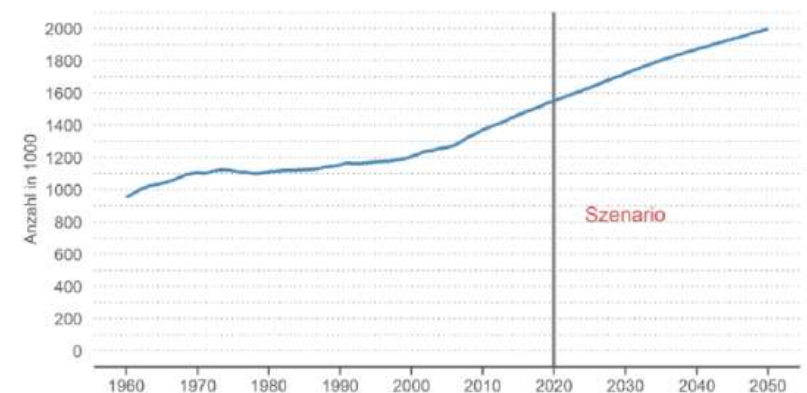


## Naherholungsregion Zürcher Oberland

**26** Gemeinden im  
Zürcher Oberland  
mit  
– 200'000 Einwohner:innen  
– ländlich bis urban

**1.56** Mio. Einwohner:innen  
im Kanton Zürich  
– Ballungsräume Zürich und Winterthur  
– Zürcher Berggebiet  
– Nähe zur Stadt Rapperswil

**Bevölkerungsentwicklung im Kanton Zürich 1960-2050**  
Szenario «Trend ZH 2021», Bevölkerung zivilrechtlich





MÖHL

Ein Bild, das Text enthält.

Automatisch generierte Beschreibung

Wildsp

Rehpfer; Schnitzel,  
geschnitzeltes

• Hirsch- und Wildschwein

• gefüllte Crêpes + Reh

• Veget: Crêpes gefüllt mit  
Rohmpilzen, Rotkraut,  
Maroni, Rosen  
kehl

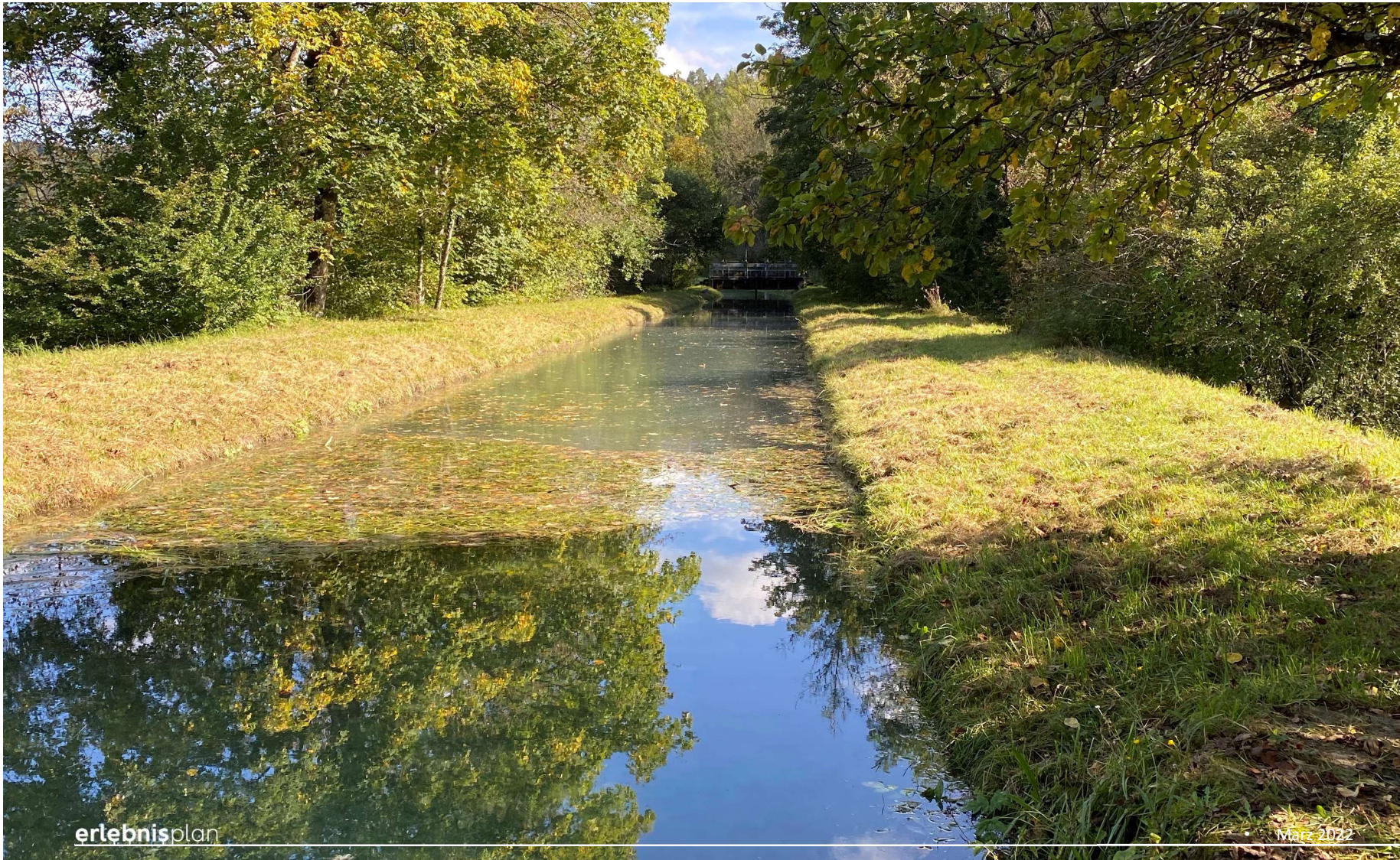


# Ausgangslage und Herleitung

Philipp Berweger, erlebnisplan AG Luzern

- Wasser Erlebnisraum Tösstal

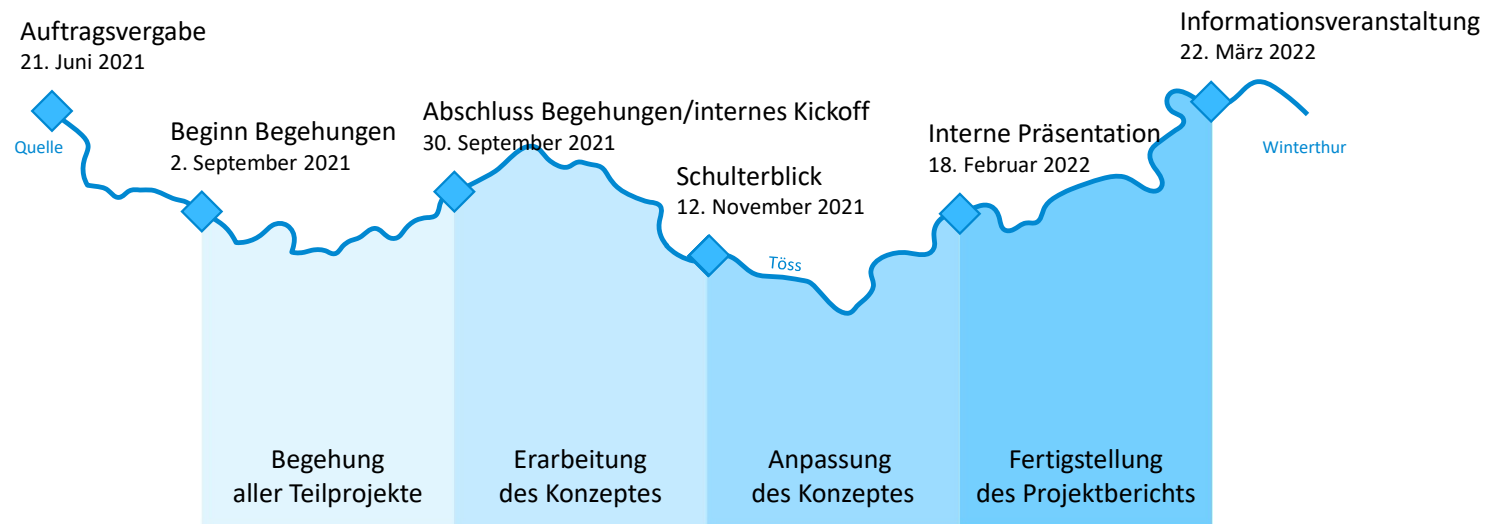
- Entwicklungskonzept



# 1. Ausgangslage und Analyse

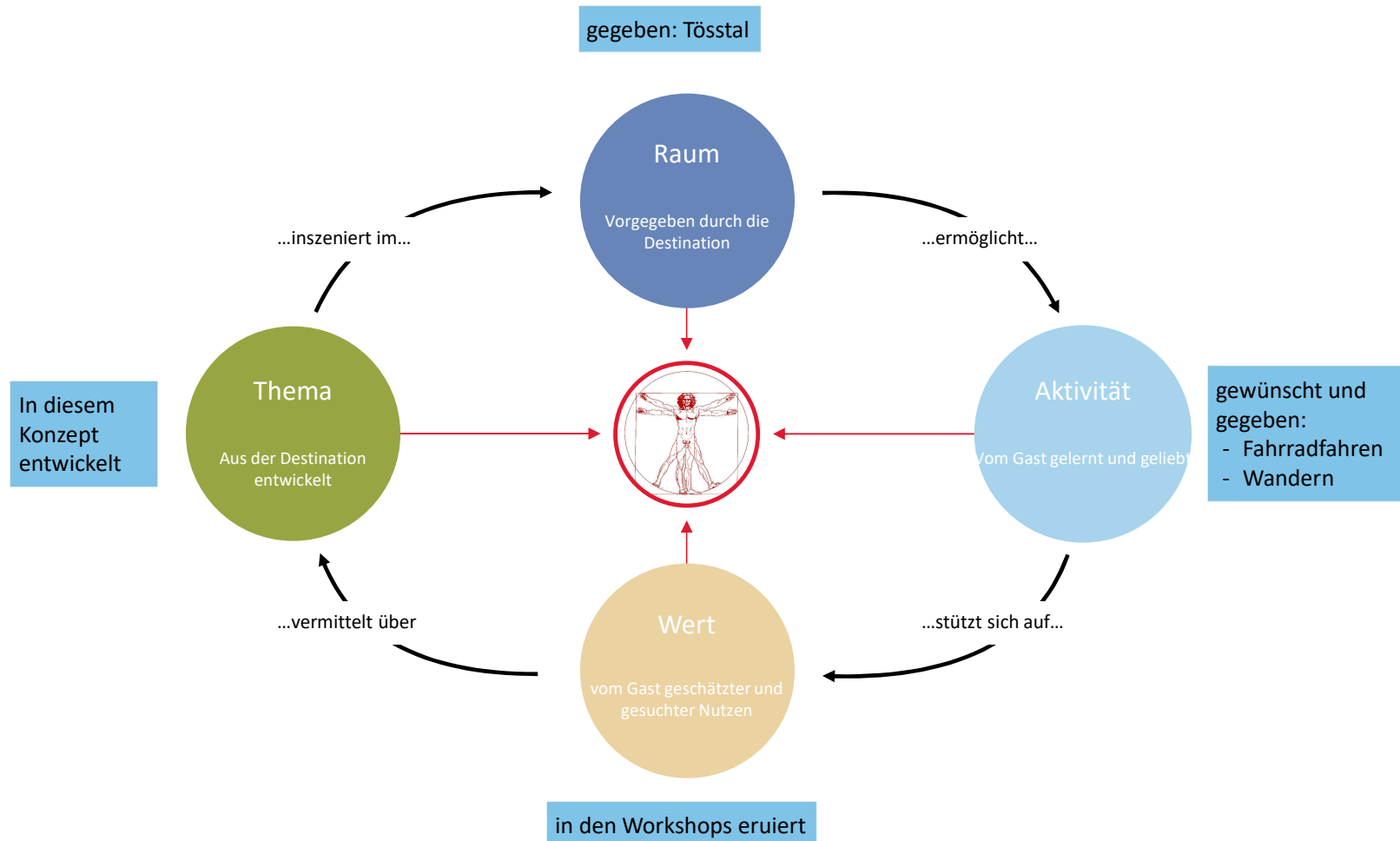
- Entwicklungskonzept Tösswege

- **Zeitfluss des Entwicklungsprozesses**



- Entwicklungskonzept Tösswege

- **Prozess zur nachhaltigen thematischen Inszenierung**



- Entwicklungskonzept Tösswege

- **Zielsetzung und Entwicklungsfokus**

Dokumentiertes und erschlossenes Wissen über kulturelle, historische und natürliche Objekte und Ereignisse

Berührende, nachhaltige und nachhaltige Erlebnisse

Gestärkte Wertschöpfung in der Region

Gesteigerte wirtschaftliche Attraktivität des Tösstals

Verbesserte Orientierung und entschärfte touristische Hotspots

Verbesserte Sichtbarkeit der Destination am touristischen Markt

Gestärkte Identität der Bewohner des Tösstals mit ihrem Wohn-/Arbeitsort







Sanfte Tourismus Angebote

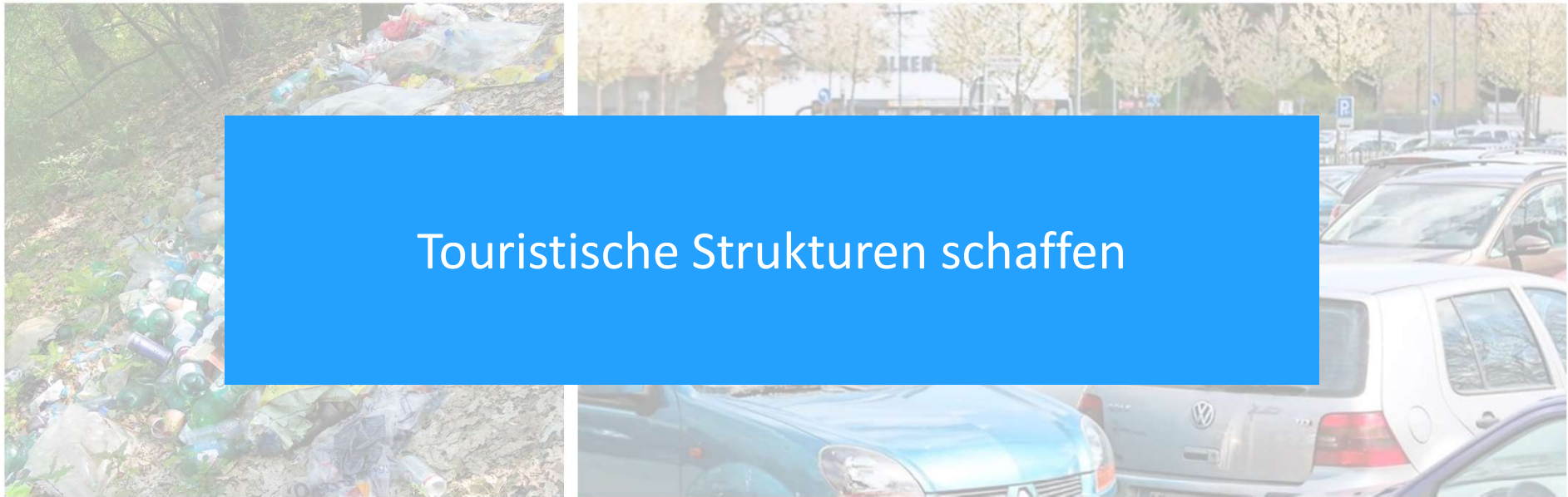


Respektvolle Besucher\*innen

Entwicklungskonzept Tösswege  
Workshop - Wen wollen wir vermeiden?



Keinen Massentourismus; Abfallverschmutzung, Umweltverschmutzung



- Entwicklungskonzept Tösswege
- 

## 2. Inszenierungsmassnahmen

# Ganzheitliche Thematisierung und Positionierung des Tösstal

Entwicklungskonzept Tösswege  
Tössstal



Entwicklungskonzept Tösswege  
Tössstal





Entwicklungskonzept Tösswege  
Tössstal



Entwicklungskonzept Tösswege  
Tössstal



Entwicklungskonzept Tösswege  
Tösstal



Entwicklungskonzept Tösswege  
Tössstal



Entwicklungskonzept Tösswege  
Tössstal

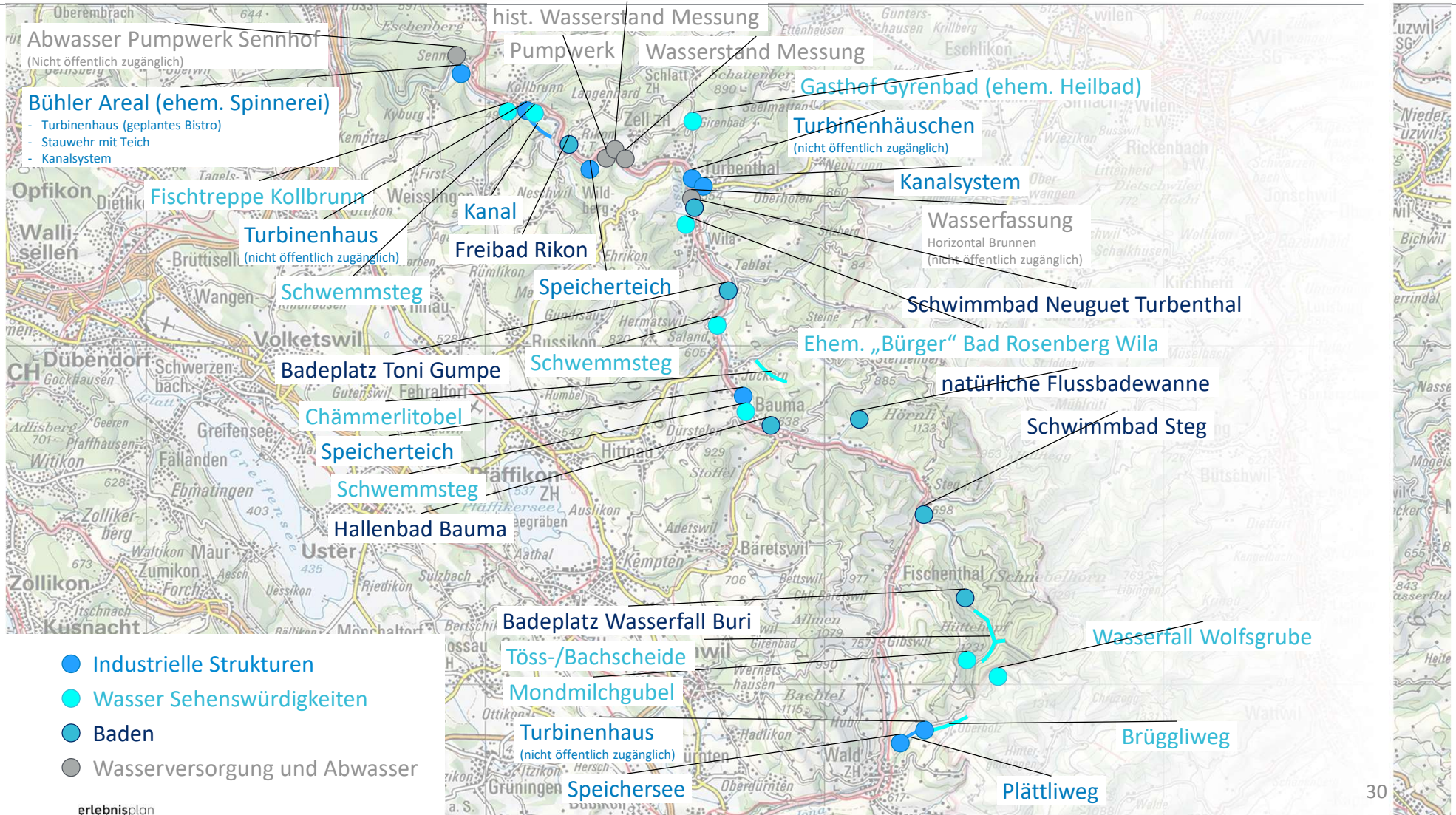


Entwicklungskonzept Tösswege  
Tössstal



# Entwicklungskonzept Tösswege

## Sehenswürdigkeiten und Ausflugsziele



- Industrielle Strukturen
- Wasser Sehenswürdigkeiten
- Baden
- Wasserversorgung und Abwasser

# Entwicklungskonzept Tösswege Themen Schwerpunkte



Nutzung des Wassers für die Industrielle Produktion

Geologie des Wassers im Tössstal

Baden und Genuss

Kanalisation und Renaturierung der Töss

Verkehrerschliessung, Brücken, etc.

Burgruinen

Giessen und Gubel  
(Naturerlebnis)

- Industrielle Strukturen
- Wasser Sehenswürdigkeiten
- Baden
- Wasserversorgung und Abwasser



Das Tösstal hat den beliebtesten Themenweg des Kantons Zürich, wo Erlebnisse und Geschichte aus Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft geboten werden.



Der ErlebnisRaum Tösstal stellt die Region, ihre einzigartige Natur, ihre bewegte Geschichte, Gegenwart und Zukunft ins Zentrum. Er stärkt die Identifikation und das Wir-Gefühl der Töstaler Bevölkerung und bietet dem respektvollen Besucher eine Auszeit, weckt Neugier, vermittelt Wissen, schafft Erlebnis und bleibende Erinnerungen.

- Entwicklungskonzept Tösswege
- **Thematische Herleitung**

Wasser ist überall sichtbar im Tösstal

Die Töss prägt das Tal und das Leben mit ihr bei Arbeit und Freizeit

Die Industrie hat sich wegen des reichhaltigen und stabilen Wasseraufkommens hier angesiedelt um das Wasser zur Energiegewinnung für die Produktion zu nutzen

Mit der Töss lassen sich Auswirkungen von Umwelteinflüssen bildhaft erzählen da diese Spuren teilweise immer noch sichtbar sind (Abholzung, Überschwemmungen, Korrekturen, Renaturierungen, etc.)

Das Tösstal hat ein spezifisches Grundwasser System das auf einzigartigen geologischen Gegebenheiten beruht

Wer hat schon zwei unterschiedliche Namen für Wasserfälle mit und ohne Wasser: Giessen und Gubel!



# Vision & Leitsätze

Der ErlebnisRaum Tösstal stellt die Region, ihre einzigartige Natur, ihre bewegte Geschichte, Gegenwart und Zukunft ins Zentrum. Er stärkt die Identifikation und das Wir-Gefühl der Tösstaler Bevölkerung und bietet dem respektvollen Besucher eine Auszeit, weckt Neugier, vermittelt Wissen, schafft Erlebnisse und bleibende Erinnerungen.

*Christa Romer, Projektleitung ErlebnisRaum Tösstal, Aktuariat*

## Vision & Leitsätze

Wir fördern einen sanften Tourismus und richten uns auf respektvolle Besucherinnen und Besucher aus. Ziele sind die Förderung des Zusammengehörigkeitsgefühls im Tösstal und eine touristische Wertschöpfung in der Region.

Wir haben einen hohen Anspruch an die Inszenierungen und Erlebnisse und stellen die hohe Qualität mittels gezielter Unterhalts-Massnahmen sicher.

*Theo Gujer, Projektleitung ErlebnisRaum Tösstal, AG Kulturwege ZO*

# Vision & Leitsätze

Wir setzen uns aus Überzeugung und mit umfassenden Massnahmen für einen nachhaltigen Umgang mit den natürlichen Ressourcen ein.

Wir würdigen den ErlebnisRaum Tösstal als ein sanftes Tourismusprojekt mit Wachstumspotenzial, gezielte Standortförderung und überkommunal verbindendes Projekt aber prioritär als Lebensraum von Mensch und Tier.

*Daniel Gasser, Projektleitung ErlebnisRaum Tösstal, Zürcher Wanderwege*

# Vision & Leitsätze

Wir schützen Natur und Mensch vor unnötigen und übermässigen Immissionen (Lärm, Abfall, Verunreinigung). Wir stellen genügend sanitäre Anlagen zur Verfügung. Wir streben eine Anbindung an den öffentlichen Verkehr an, achten aber dennoch auf bereits vorhandene Parkierungsmöglichkeiten.

*Michael Hutzli, Projektleitung ErlebnisRaum Tösstal, Kommunikation*

# Vision & Leitsätze

Wir achten sowohl in der Projektierungs- als auch in der Umsetzungsphase und im Betrieb auf einen bewussten Umgang mit den finanziellen Ressourcen.

Wir streben einen kontinuierlichen und aktiven Austausch mit allen Grund- und Landbesitzern, der Bevölkerung und allen weiteren Anspruchsgruppen an und beziehen sie mit ein. Wir sind offen für konstruktive Anregungen.

*Simon Mösch, Projektleitung ErlebnisRaum Tösstal, Gemeindevertreter Wila*



# Vision & Leitsätze

Wir stellen eine umfassende und auf die gesellschaftlichen Bedürfnisse der Besucherinnen und Besucher resp. der Anwohnerinnen und Anwohner und aller weiteren Interessensgruppen abgestimmte Besucherführung sicher.

*Ueli Erb, Projektleiter ErlebnisRaum Tösstal*

# Auftrag, Projektstand und Ziele

Ueli Erb, Projektleiter ErlebnisRaum Tösstal

# Auftrag, Projektstand und Ziele

- Kulturkommission Zürcher Oberland KoKoZO
- Gemeindepräsidien
- Juni 2019: Spurgruppe ⇒ Arbeitsgruppe ⇒ Projektleitung

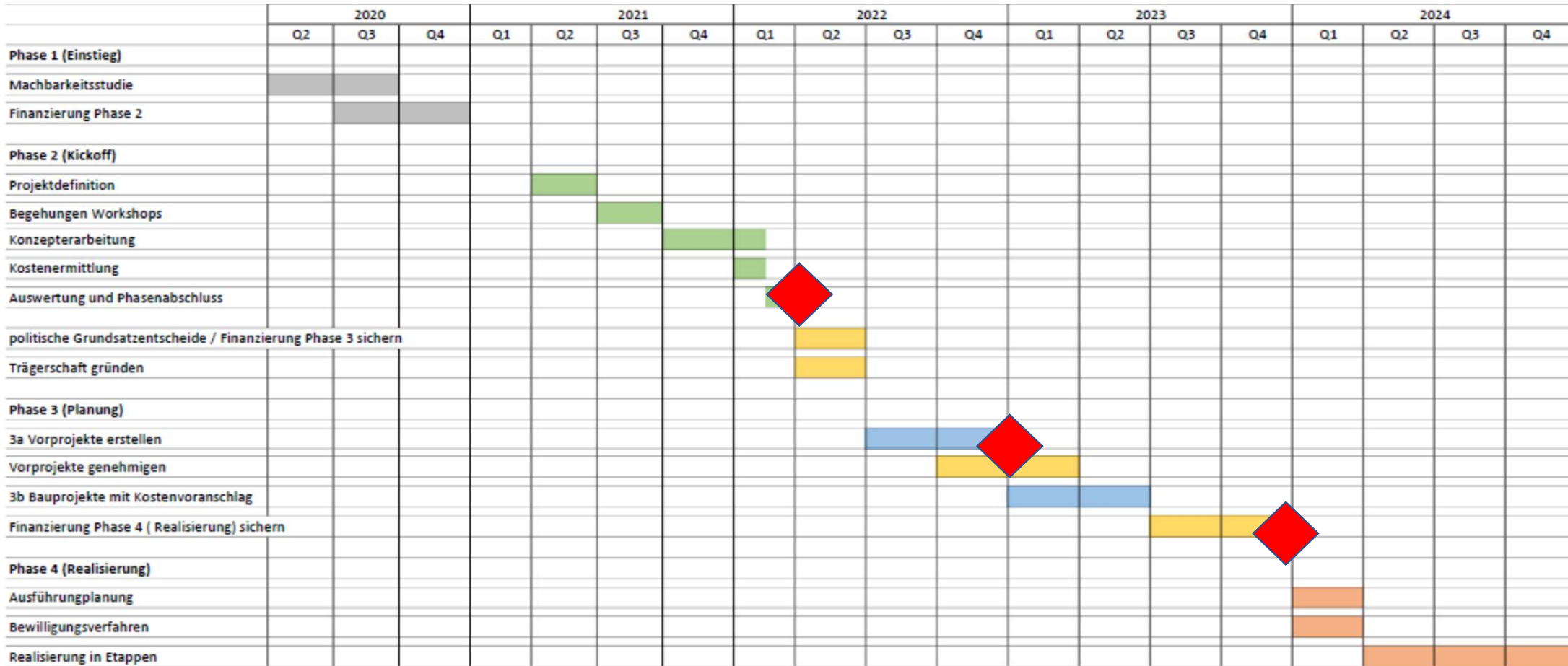
# Auftrag, Projektstand und Ziele

Hauptzweck des vorgeschlagenen Verein „Pro Tösstal“ ist die Erneuerung und der Unterhalt des Tösswegs (Töss91). Darüber hinaus könnte sich der Verein für Kulturförderung im Tösstal und allgemein für die Aufwertung des Tösstals stark machen.

*Hans Thalman, Projektidee 2019*

# Auftrag, Projektstand und Ziele

- ✓ Phase 1, Machbarkeitsstudie
- ✓ Phase 2, Konzept mit Grobkostenschätzung (+/-25 %)
- Phase 3a, Vorprojekt mit Kostenschätzung (+/-20 %)
- Phase 3b, Projekt mit Kostenvoranschlag (+/-10 %)
- Phase 4, Realisierung



# Auftrag, Projektstand und Ziele

- Sie sind mit dem Konzept ErlebnisRaum Tösstal vertraut.
- Sie kennen die geschätzten Kosten der verschiedenen Module.
- Sie wissen über die nächsten Schritte Bescheid.
  
- Wir kennen Ihre persönliche Meinung.



# Präsentation Konzeptbericht

Philipp Berweger, erlebnisplan AG Luzern

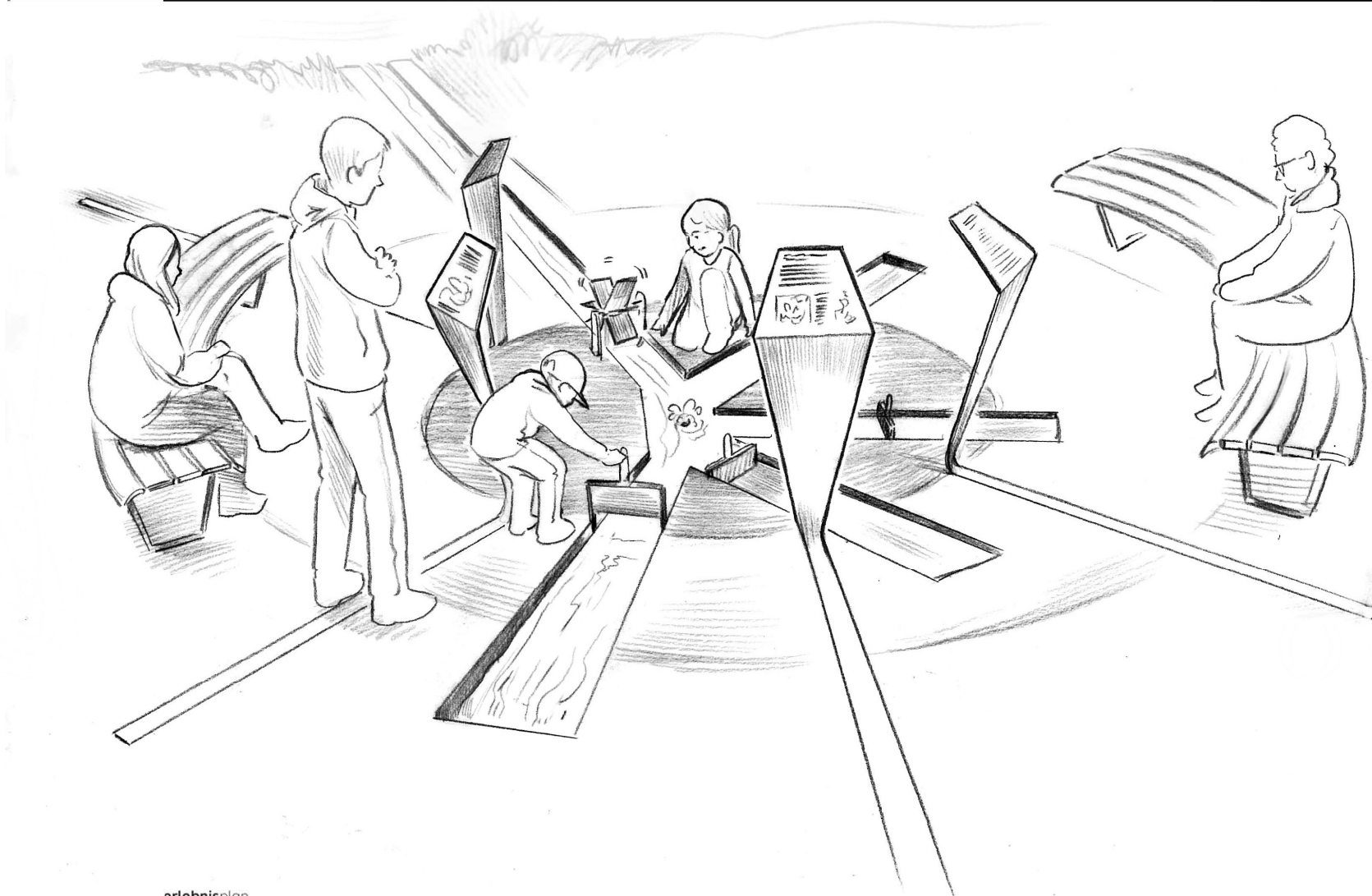


- Entwicklungskonzept Tösswege
- 

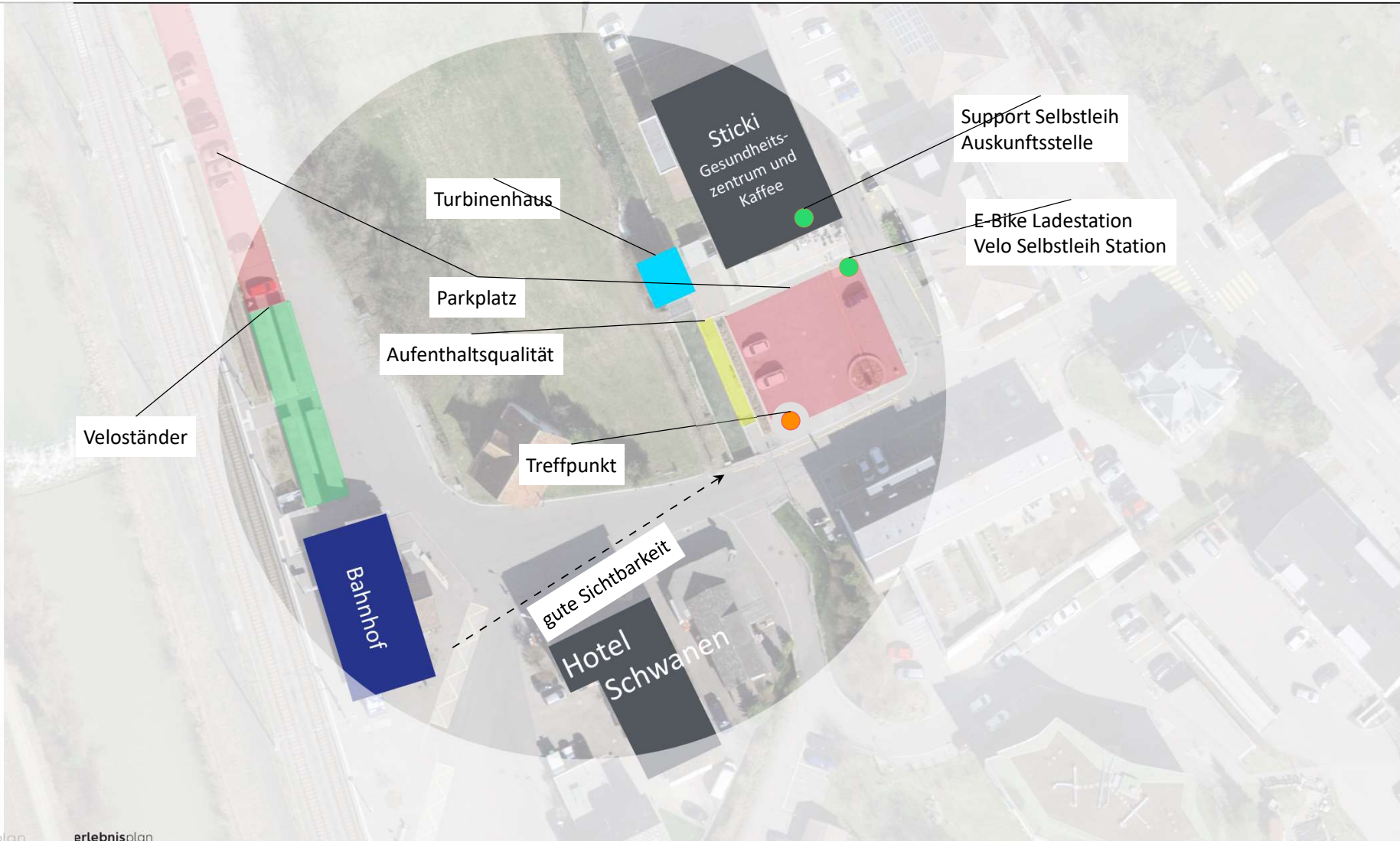
# Inszenierung von Erlebnisformaten

# Wiederkehrende Treffpunkte

Entwicklungskonzept Tösswege  
Beispiel Treffpunkt Turbenthal

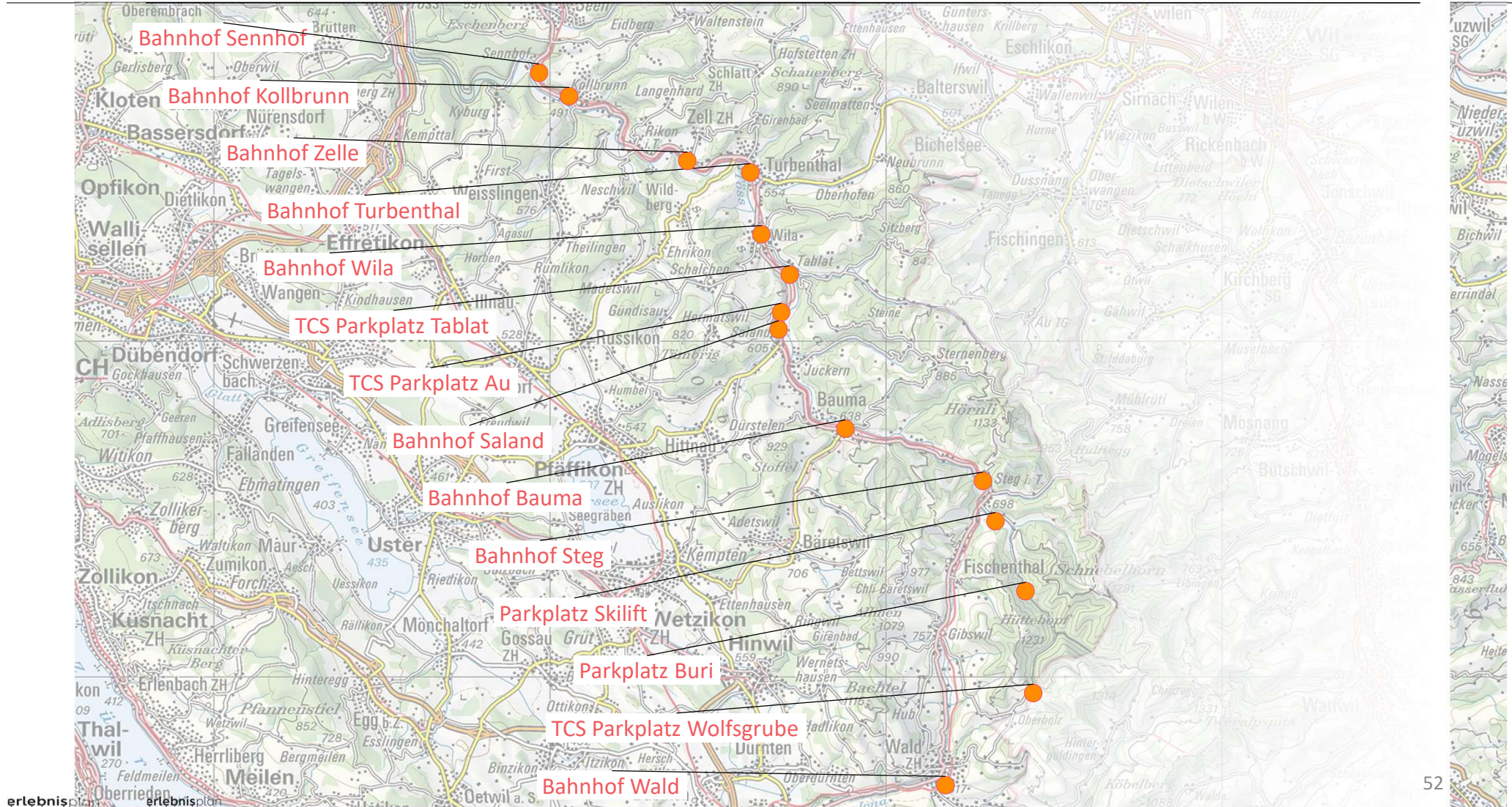


# Entwicklungskonzept Tösswege Beispiel Treffpunkt Turbenthal - Geländeübersicht



# Entwicklungskonzept Tösswege

## Mögliche Treffpunkte im Tösstal



Die Treffpunkte werden zum Erkennungsmerkmal für Ausflüge im Tössstal

Zentrale und sichtbare Informationsaufbereitung und Vernetzung von Erlebnisformaten und Ausflugszielen für Einheimische und Gäste

Verstärkte Sichtbarkeit von touristischen Dienstleistungen

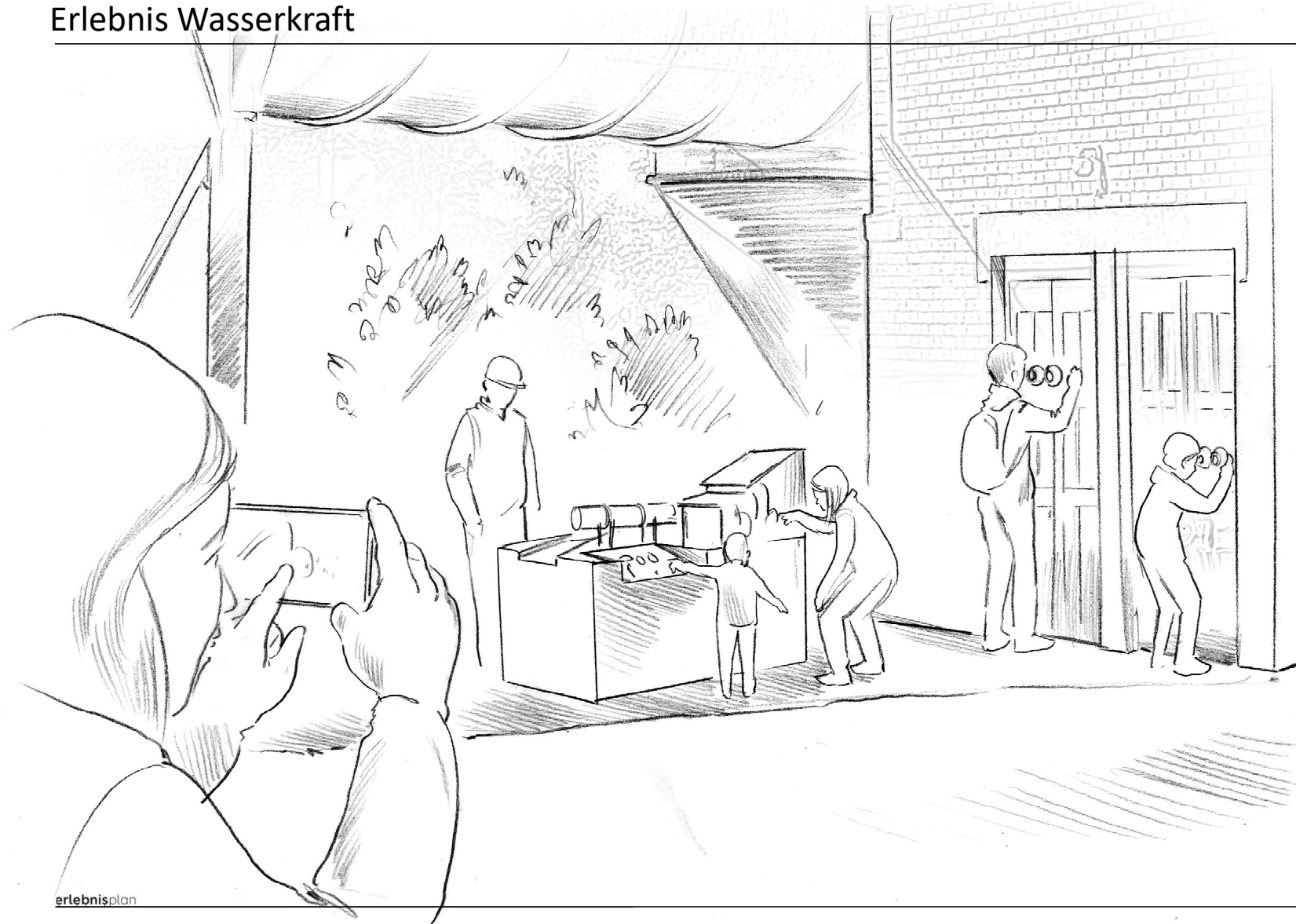
Vereinfachte Ausflugsplanung da zur Regel wird, dass alle Ausflüge von einem Treffpunkt aus starten und in einem Treffpunkt enden

Je nach Standort kann durch die Aufenthaltsqualität eines Treffpunktes die Wertschöpfung gesteigert werden

Ergänzend zu den kommunizierten Ausflugszielen können hier lokale Betriebe eine Plattform erhalten

# Erlebnis Wasserkraft

Entwicklungskonzept Tösswege  
Erlebnis Wasserkraft





Entwicklungskonzept Tösswege  
Erlebnis Wasserkraft - Themen



# Entwicklungskonzept Tösswege Erlebnis Wasserkraft



Einblick analog

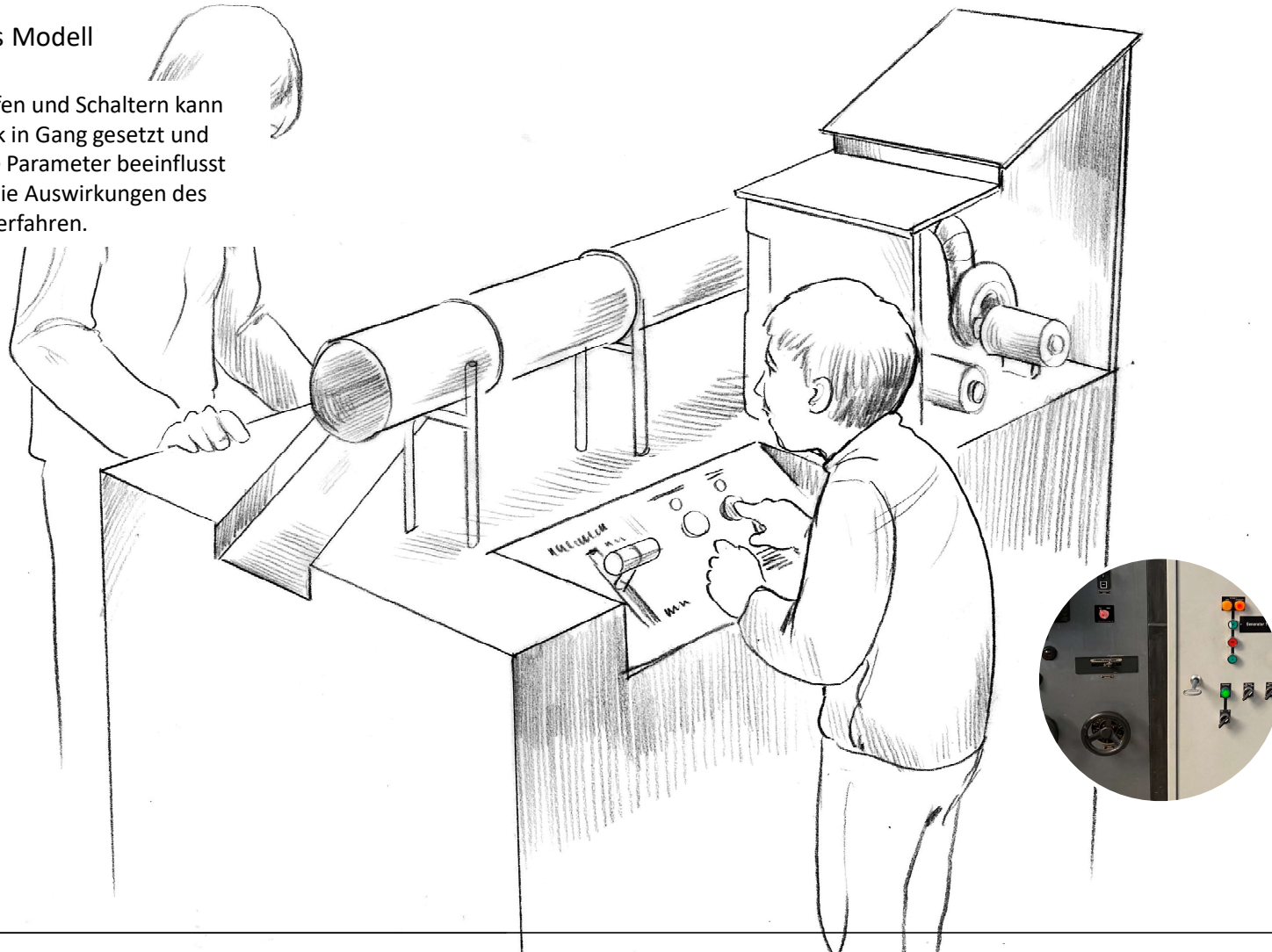
3D-Bilder analog, hinterleuchtet

Einbau von Diabetrachtern in die Türen des Turbinenhauses. Die Bilder zeigen das Innere als würde man durch Gucklöcher in den Raum schauen.



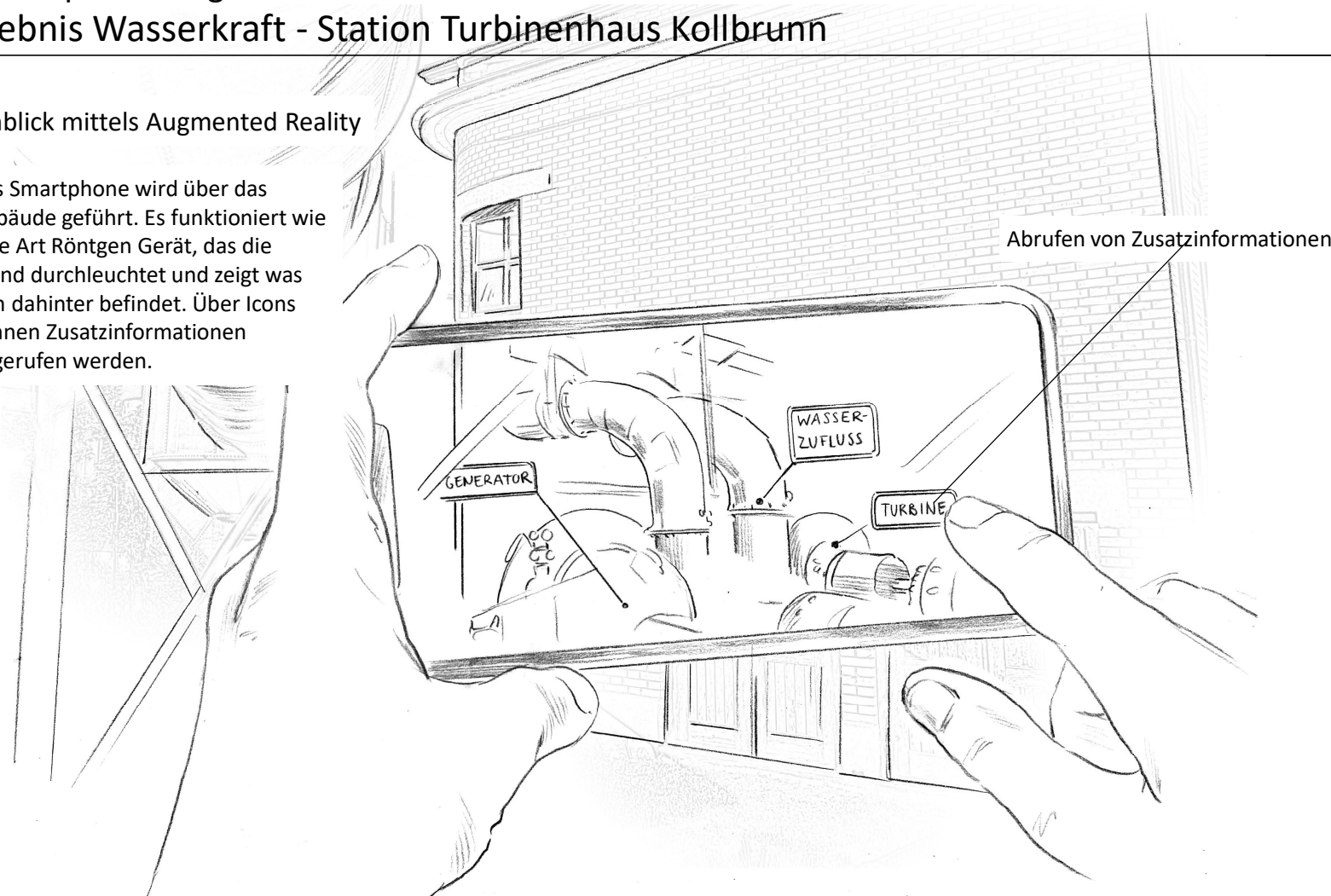
Interaktives Modell

mittels Knöpfen und Schaltern kann das Kraftwerk in Gang gesetzt und verschiedene Parameter beeinflusst werden um die Auswirkungen des Handelns zu erfahren.



Einblick mittels Augmented Reality

Das Smartphone wird über das Gebäude geführt. Es funktioniert wie eine Art Röntgen Gerät, das die Wand durchleuchtet und zeigt was sich dahinter befindet. Über Icons können Zusatzinformationen abgerufen werden.



Gesteigerte Attraktivität des Erlebnisraums Tössstal

Aufmerksamkeit am touristischen Markt da das Erlebnis Wasserkraft ein darstellbares Produkt ist

Verstärkte Sichtbarkeit des für das Tössstal wichtigen Themas Textilindustrie

Aufbereitete und zugängliche Informationen der industriellen Strukturen

Gesteigerte Erlebnisdichte durch die Fortbewegung mit dem Velo. Weit auseinander liegende Ausflugsziele sind dadurch schneller erreichbar. Fahrradwege können vermehrt der Töss entlang führen, was die Erlebnisintensität des Fahrradfahrens verstärken würde

# Natur und Genuss Weg Tösstal

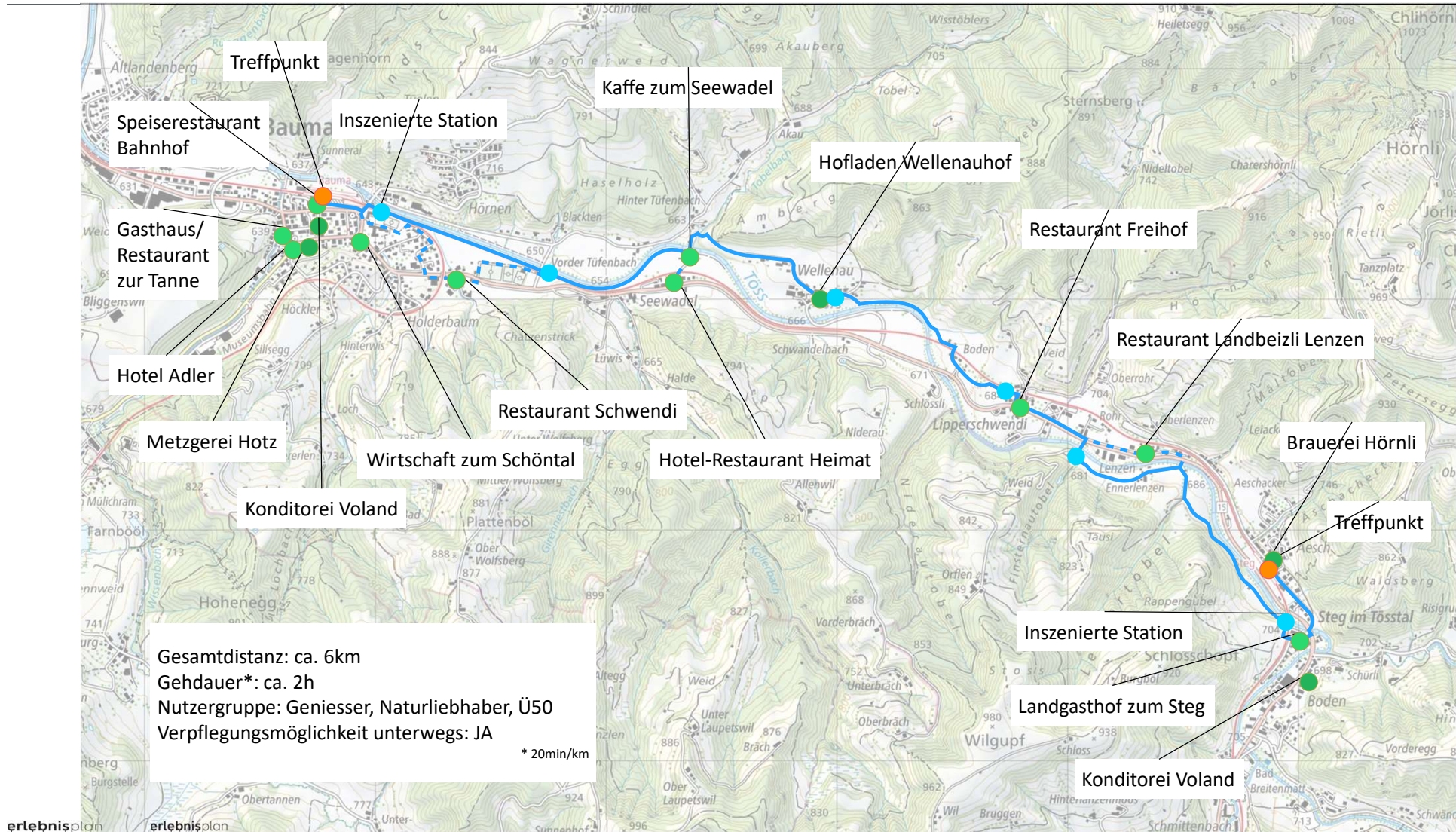




Entwicklungskonzept Tösswege  
Natur und Genuss Weg Tösstal



# Entwicklungskonzept Tösswege Natur und Genuss Weg Tösstal



### Massnahmen

Der Natur und Genuss Weg Tösstal verbindet leichtes Wandern mit kulinarischen Genüssen.

Damit können lokale Betriebe in einem buchbaren Angebot integriert werden.

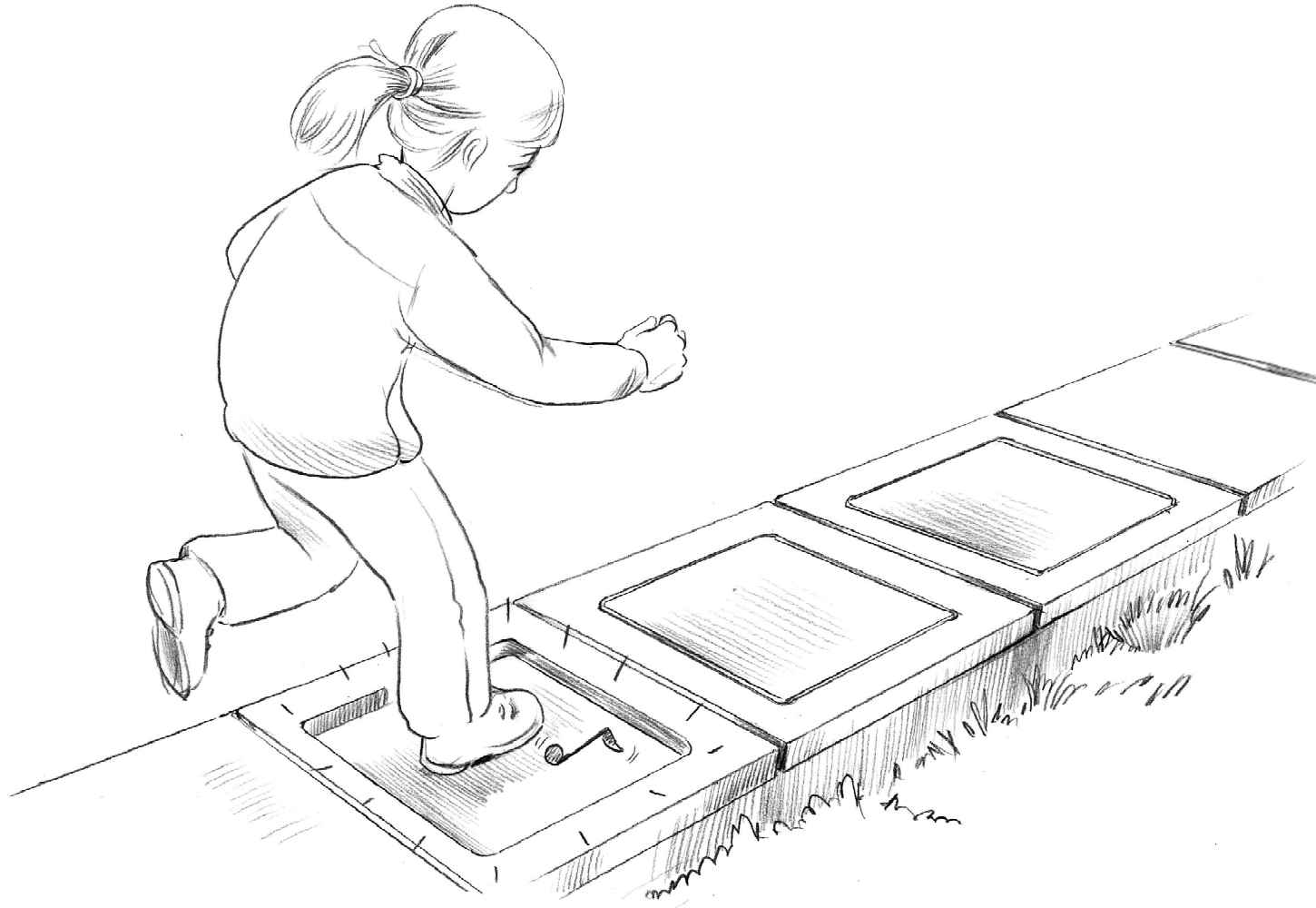
An verschiedenen Stationen werden lokale Gerichte von vorindustrieller Zeit bis heute vorgestellt und verschiedene Teilaspekte davon diskutiert - immer mit Bezug zum Wasser. Dies kann Anbaumethoden, Nutzpflanzen und -tiere, Spezialitäten und andere Besonderheiten im Zusammenhang mit Nahrung, Ernährung und Kochen umfassen.

Die Verschiedenen Gänge eines Gerichts Apéro, Vorspeise, Hauptgang, Dessert/Nachspeise werden jeder in einer anderen gastronomischen Einrichtung konsumiert. So kann der Gast den Weg mühelos und gut gestärkt genossen werden!

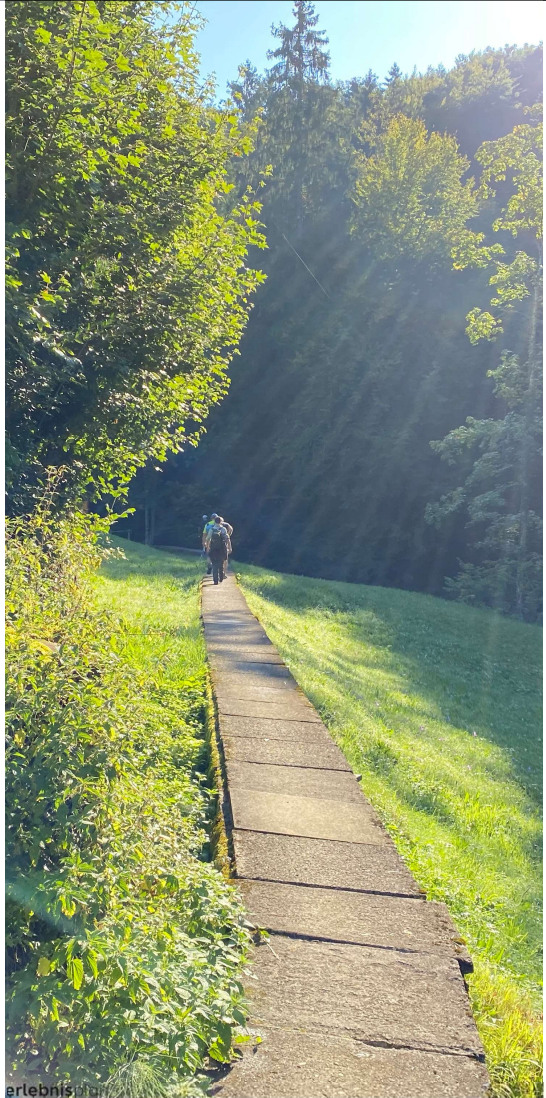
Zur Unterhaltung kann ein Ratespiel die anderen Genüsse begleiten.



# Plättliweg



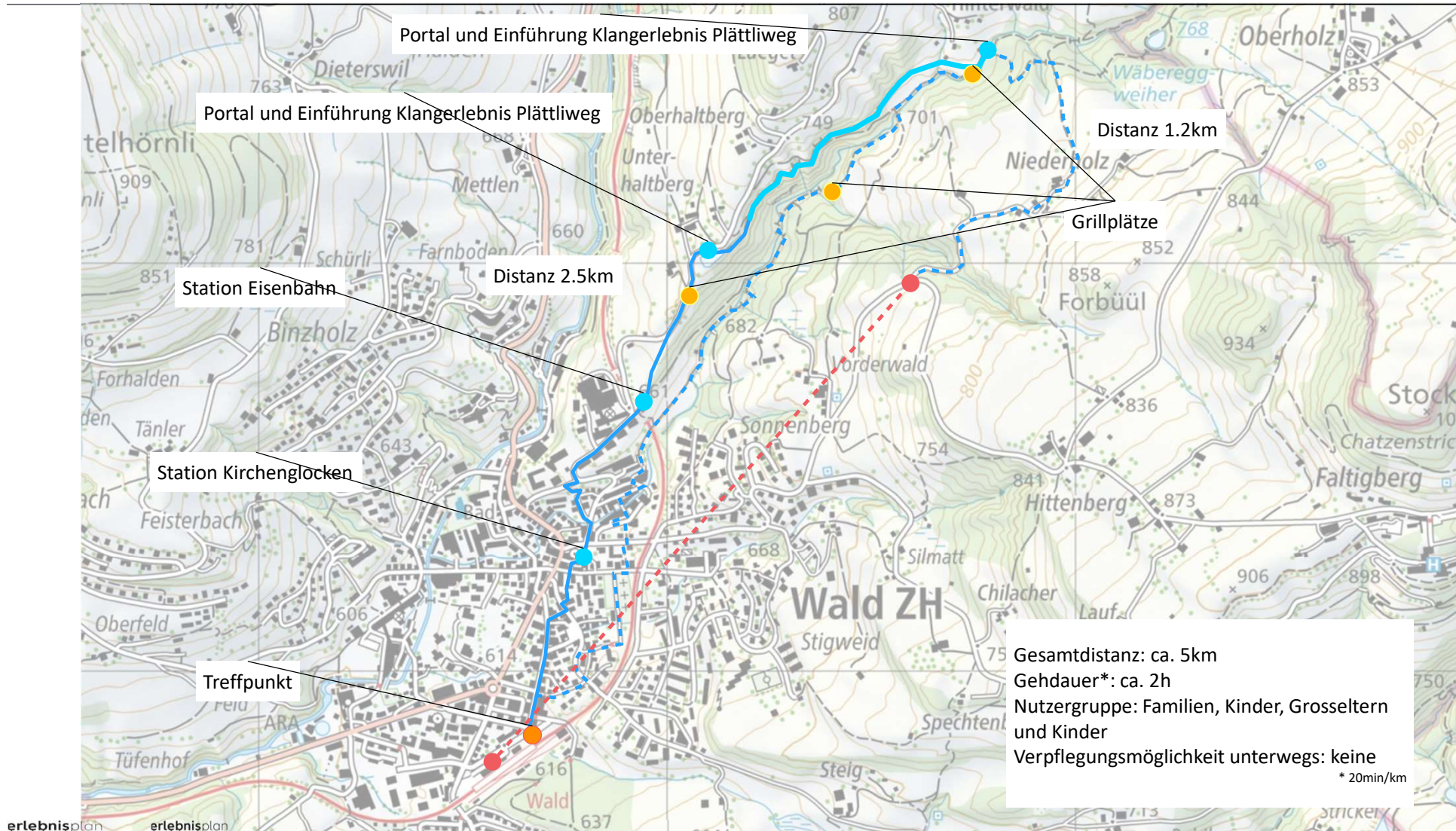
# Entwicklungskonzept Tösswege Plättliweg - Themen



Entwicklungskonzept Tösswege  
Plättliweg



# Entwicklungskonzept Tösswege Klangerlebnis Plättliweg

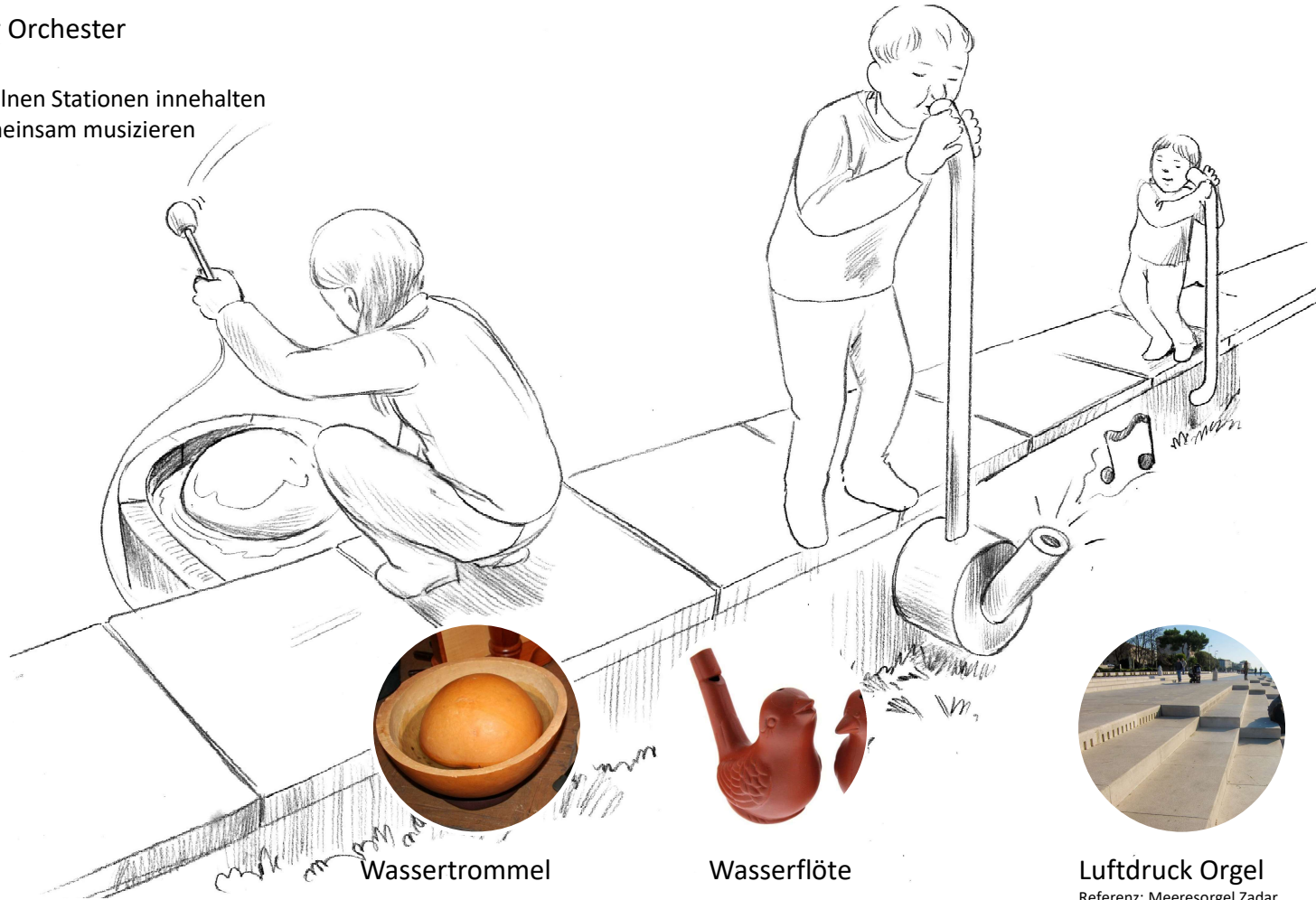




# Entwicklungskonzept Tösswege Klangerlebnis Plättliweg

## Wasser Orchester

An einzelnen Stationen innehalten  
und gemeinsam musizieren



Wassertrommel

Wasserflöte

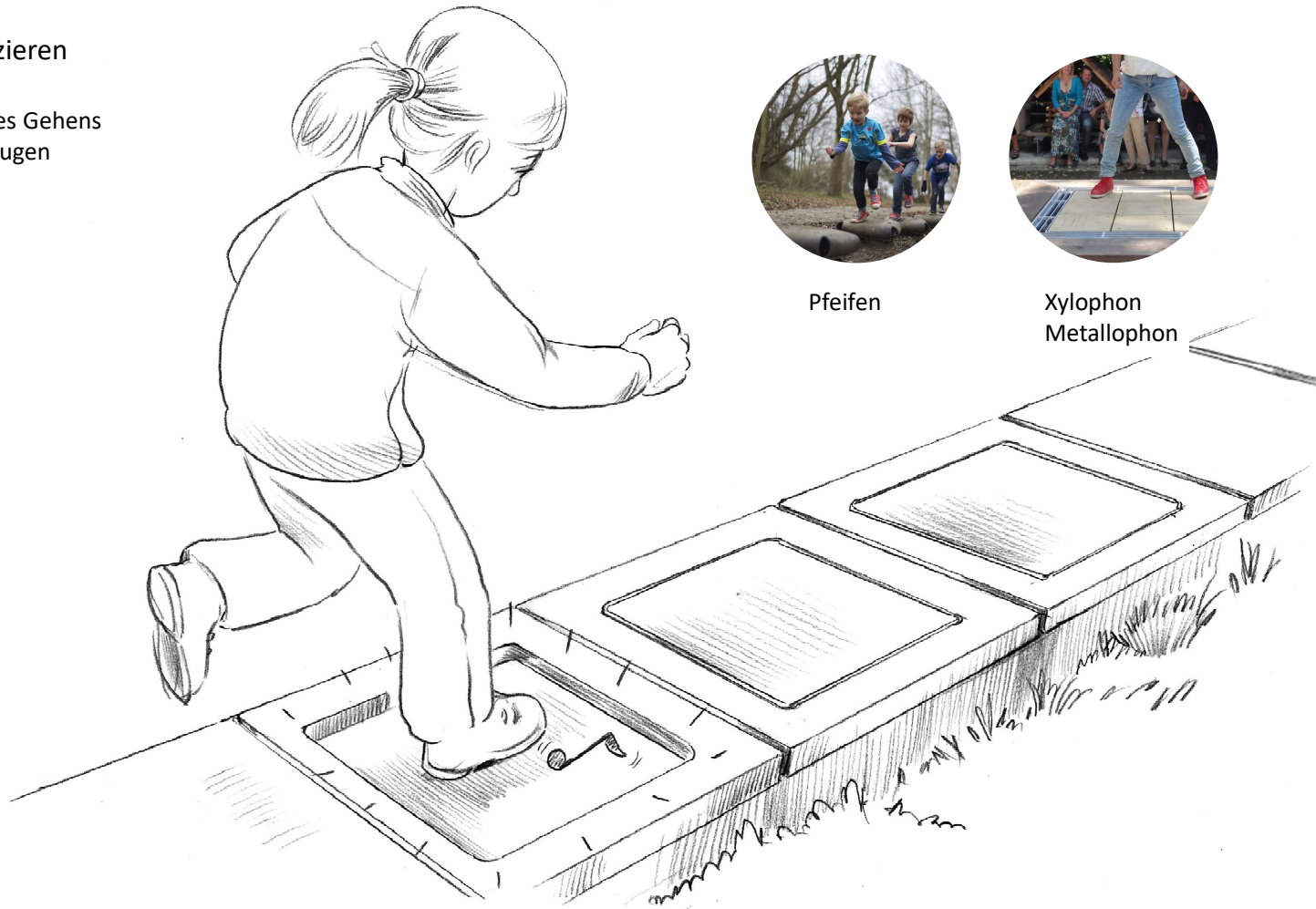
Luftdruck Orgel

Referenz: Meeresorgel Zadar

# Entwicklungskonzept Tösswege Plättliweg

## Musikspazieren

Während des Gehens  
Klänge erzeugen

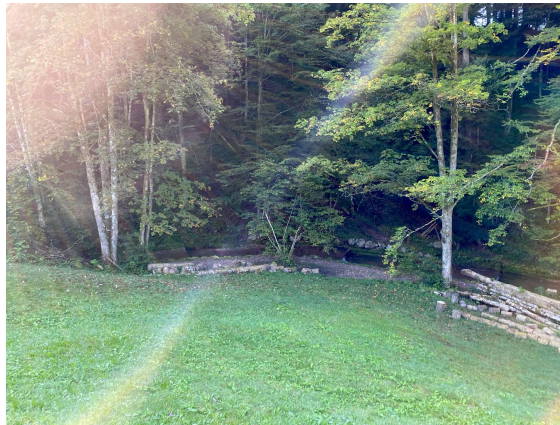


Pfeifen

Xylophon  
Metallophon

## Grillplatz

Steigern der Aufenthaltsqualität: Der Grillplatz dient als attraktives Ziel für hungrige Kinder nach ereignisreichem Erlebnis



möglicher Ort für eine Grillstelle



Aufmerksamkeit am touristischen Markt da das Klangerlebnis Plättliweg ein darstellbares einzigartiges und vermarktbare Produkt ist

Prägende und nachhaltig in Erinnerung bleibende Erlebnisse durch einen sensorischer Zugang zum Thema Wasserkraft

Sensibilisierte Wahrnehmung bzw. gesteigerte Wertschätzung industrieller Kulturgüter



# Kurzpause

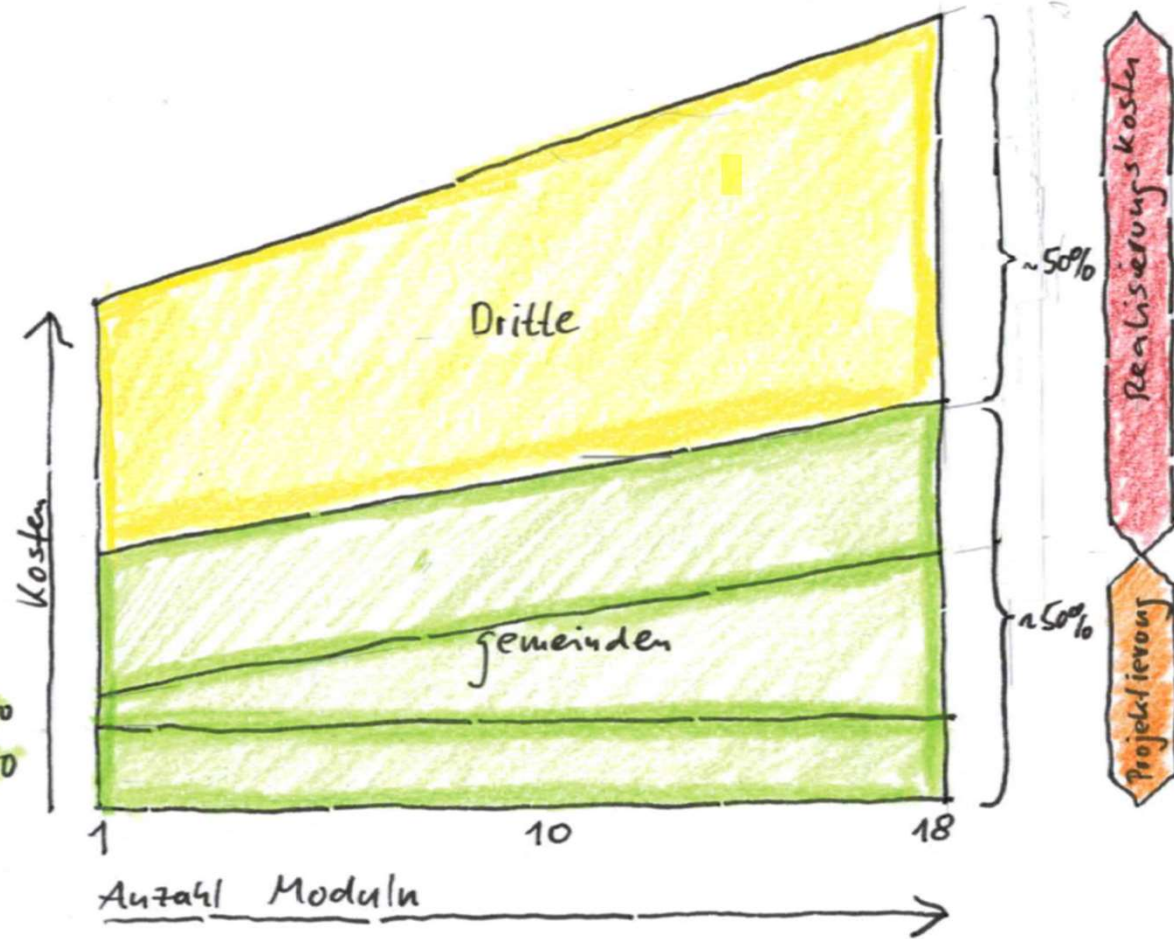
# Kosten

- modulare Kostenstruktur
- phasenweise Kostenberechnungen
- allgemeine Kosten
- gemeindespezifische Kosten

# Annahmen Kostenschätzung

- Projektierungskosten (Phasen 3a und 3b) 100% zu Lasten Gemeinden
- Realisierungskosten werden zu 2/3 durch Dritte finanziert
- d.h.: ca. 50 % der Gesamtkosten zu Lasten der Gemeinden
  
- Kostengenauigkeit +/- 25%

3b Projekt 150'000  
3a Vorprojekt 150'000

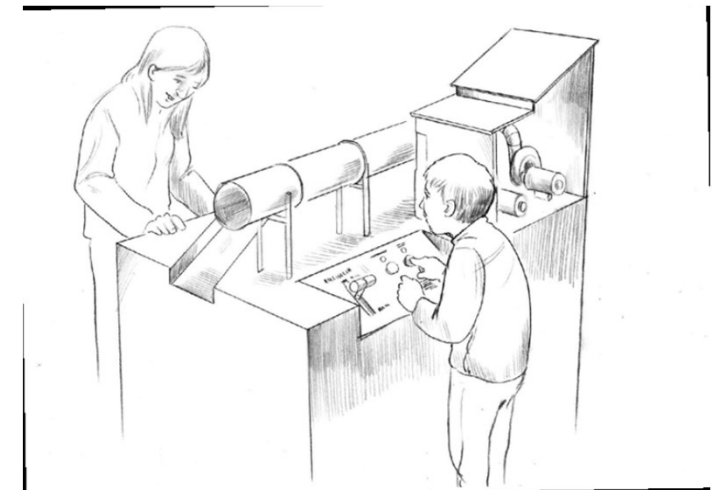




# Modulkosten (vier Beispiele)

- Modul 03 «Treffpunkte»
- Modul 04 «Erlebnis Wasserkraft»
- Modul 12 «Natur und Genuss Weg Tösstal»
- Modul 15 «Plättliweg»

# Modul 04, Erlebnis Wasserkraft



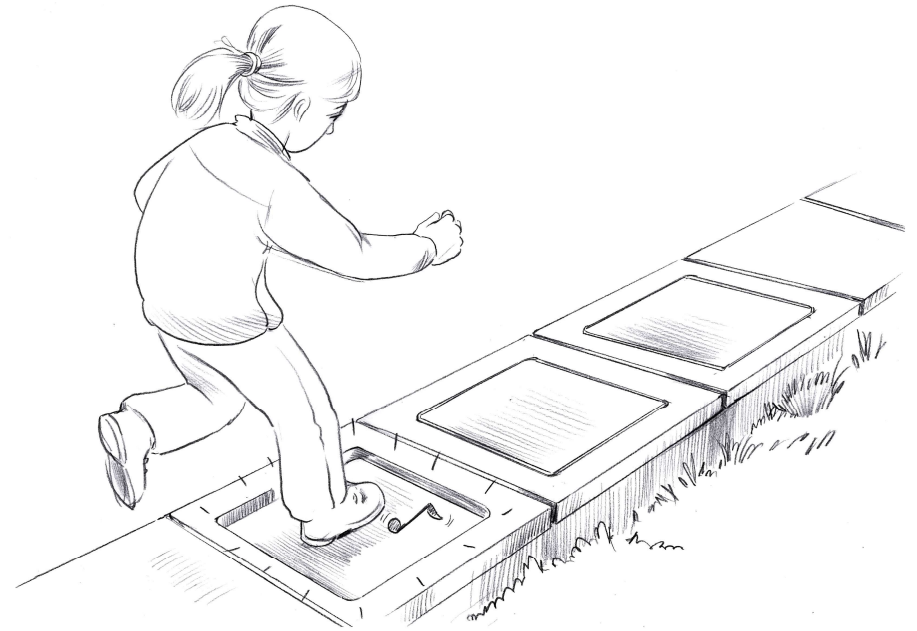
Modul 04	Erlebnis Wasserkraft	CHF 83'062.68	Zell	Turbenthal	Wila	Wildberg	Bauma	Fiscenthal	Wald	Total
		Einwohner	6'430	4'983	1'998					13'411
			47.95%	37.2%	14.9%					100.0%
Phase 3a	Bereinigung Konzepte und Kostenschätzung	12'300.00	5'897.32	4'570.20	1'832.48					12'300.00
Phase 3b	Detailprojekte mit Kostenvorschlägen	30'900.00	14'815.23	11'481.22	4'603.55					30'900.00
Phase 4	Realisierung (Gemeindeanteil 33.3%)	39'862.68	19'112.45	14'811.40	5'938.83					39'862.68
			<b>39'825.00</b>	<b>30'862.82</b>	<b>12'374.86</b>	.	.	.	.	83'062.68

# Modul 12, Natur und Genussweg Tösstal



Modul 12	Natur und Genuss Weg Tösstal	CHF 66'626.26	Zell	Turbenthal	Wila	Wildberg	Bauma	Fischenthal	Wald	Total
		Einwohner	6'430	4'983	1'998	1'009	4'881	2'501	10'200	32'002
			20.09%	15.6%	6.2%	3.2%	15.3%	7.8%	31.9%	100.0%
Phase 3a	Bereinigung Konzepte und Kostenschätzung	7'860.00	1'579.27	1'223.87	490.73	247.82	1'198.82	614.27	2'505.22	7'860.00
Phase 3b	Detailprojekte mit Kostenvoranschlägen	18'400.00	3'697.02	2'865.05	1'148.78	580.14	2'806.40	1'437.99	5'864.63	18'400.00
Phase 4	Realisierung (Gemeindeanteil 33.3%)	40'366.26	8'110.59	6'285.39	2'520.21	1'272.72	6'156.73	3'154.68	12'865.94	40'366.26
			<b>13'386.88</b>	<b>10'374.31</b>	<b>4'159.72</b>	<b>2'100.68</b>	<b>10'161.95</b>	<b>5'206.93</b>	<b>21'235.79</b>	<b>66'626.26</b>

# Modul 15, Plättliweg



Modul 15	Plättliweg		CHF 119'232.64	Zell	Turbenthal	Wila	Wildberg	Bauma	Fischenthal	Wald
			Einwohner							10'200
										100.0%
Phase 3a	Bereinigung Konzepte und Kostenschätzung	13'600.00								13'600.00
Phase 3b	Detailprojekte mit Kostenvoranschlägen	36'200.00								36'200.00
Phase 4	Realisierung (Gemeindeanteil 33.3%)	69'432.64								69'432.64
				.	.	.	.	.	.	<b>119'232.64</b>

# Allgemeine Kosten

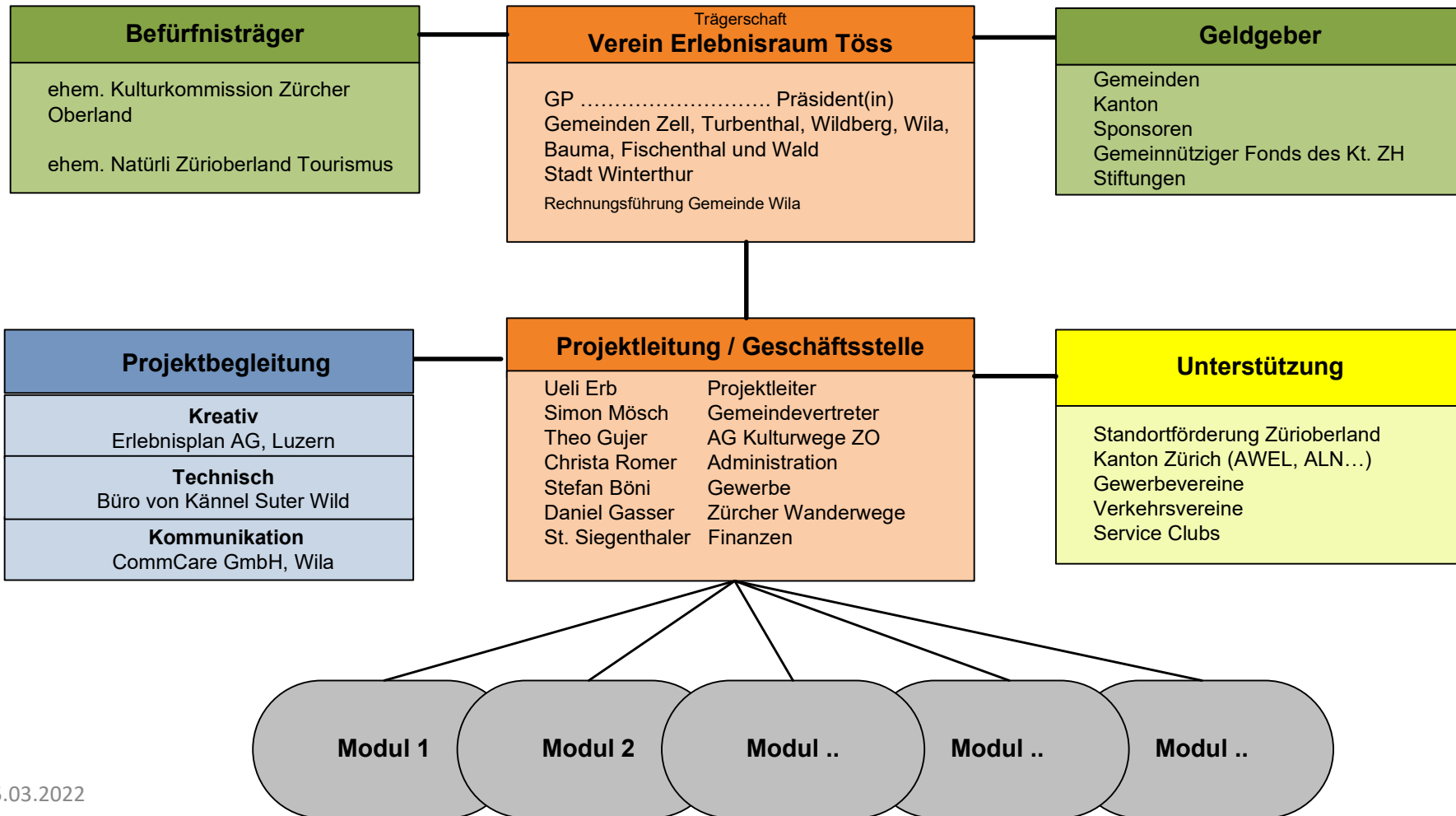
- Allgemeiner Projektaufwand
- Treffpunkte (vorerst nur Vorprojekt)
- Leit- und Erzählfigur
- Leitsystem

<b>Modul 0.0</b>	<b>Allgemeiner Aufwand</b>			<b>CHF</b>	<b>84'760.00</b>
Phase 3a	Bereinigung Konzepte und Kostenschätzung	CHF	43'340.00		
Phase 3b	Detailprojekte mit Kostenvoranschlägen	CHF	41'420.00		
<b>Modul 1.0</b>	<b>Sennhof – Wald (sieben "Treffpunkte")</b>			<b>CHF</b>	<b>27'340.00</b>
Phase 3a	Bereinigung Konzepte und Kostenschätzung	CHF	27'340.00		
<b>Modul 2.0</b>	<b>Leit und Erzählfigur</b>			<b>CHF</b>	<b>2'900.00</b>
Phase 3a	Bereinigung Konzepte und Kostenschätzung	CHF	1'300.00		
Phase 3b	Detailprojekte mit Kostenvoranschlägen	CHF	1'600.00		
<b>Modul 3.0</b>	<b>Einheitliches Leitsystem</b>			<b>CHF</b>	<b>11'100.00</b>
Phase 3a	Bereinigung Konzepte und Kostenschätzung	CHF	2'800.00		
Phase 3b	Detailprojekte mit Kostenvoranschlägen	CHF	8'300.00		
				<b>CHF</b>	<b>126'100.00</b>

allgemeiner Aufwand inkl.  
Reserven und Nebenkosten:  
CHF 150'000.00

# Trägerschaft / Projektorganisation

- Verein (alle Standortgemeinden)
  - Koordinatives Organ
  - Entscheidungsträger / Anträge an Gemeinden
  - Basisfinanzierung Projektierung (CHF 25'000.00 / Gemeinde)
  - Betrieb ErlebnisRaum Tösstal
  - Finanzierung Betrieb
  - Weiterentwicklung ErlebnisRaum Tösstal





# Nächste Schritte

- Rückmeldeformular: [www.wila.ch](http://www.wila.ch)
- Einzelgespräche: [info@erb-wila.ch](mailto:info@erb-wila.ch)



# Nächste Schritte

- Auswertung Rückmeldungen
- Weitere Information Gemeindebehörden und gezielte Rückfragen
- Grundsatzentscheid durch die Gemeinden
- Gründung Trägerschaft (Verein)
- Kostengutsprache Gemeindebeiträge für die Phase 3
- Gestaffelte Auslösung Phasen 3a und 3b

# Nächste Schritte

