



Weiterentwicklung Parkhausareal Adelboden

Entwicklung eines innovativen Nutzungskonzepts für ein zentrales Areal im Herzen von Adelboden unter Einbezug von Bevölkerung, Tourismus und Fachexpertise

Vorgehen und Abklärungen NRP
Adelboden, im Februar 2026

Ausgangslage und Potenzial

Das Areal Zelgstrasse mit Parkhaus und Tennisplätzen ist derzeit eine untergenutzte Fläche im Herzen Adelbodens. Trotz der grandiosen Bergkulisse von Lohner und Wildstrubel fehlt es im Schwand an Orten, um dieses Panorama bewusst zu erleben. Dies stellt eine verpasste Chance für die touristische Positionierung und die Lebensqualität der Bevölkerung dar.



Strategische und sichtbare zentrale Lage

Im Herzen von Adelboden gelegen, ideal für etwas höhere Besucherfrequenzen und als Anziehungspunkt.



Ganzjährige Nutzungsmöglichkeiten

Attraktivität durch vielseitige Angebote für Sport, Freizeit und Erholung.



Verbesserung der Lebensqualität

Attraktive Begegnungszonen und Erholungsräume für die Bevölkerung.



Positionierung Adelbodens

Beitrag zur Profilierung Adelbodens als innovative und zukunftsorientierte Destination.



Unvergleichliches Bergpanorama als USP

Einzigtiger Treffpunkt mit Blick auf Lohner und Wildstrubel, der bisher ungenutzt blieb.



Wirtschaftliche Wertschöpfung

Stärkung lokaler Unternehmen und Schaffung neuer Arbeitsplätze.



Begegnungsort und Gemeinschaftsaufbau

Zentraler Treffpunkt für Einwohner und Touristen.



Synergien mit bestehender Infrastruktur

Optimale Anbindung an und Ergänzung von vorhandenen Tourismus- und Freizeiteinrichtungen.

Situation heute



Parkhausareal

Heute ist das Parkhausareal unterhalb von Hotel Adler und Schmid Käse von Herbst bis Frühling nur schlecht genutzt. Mitten im Dorf von Adelboden liegt damit eine Fläche brach, die neben der Parkierung von Autos auch noch andere Funktionen erfüllen könnte.

Zwei bestehende Projektansätze



Panoramaplatz

Entwickelt von Thomas Hari und Mitinitianten: Ein grosszügiger Platz auf der Höhe der Dorfstrasse, von dem aus das Panorama Adelbodens optimal erlebbar wird. Die Idee wurde bereits den lokalen Touristikerinnen und Touristikern vorgestellt, eine erste Visualisierung liegt vor.

Offene Fragen: Was geschieht unter dem Platz? Wie kann diese Kubatur optimal genutzt werden? Welche Funktionen schaffen echten Mehrwert?



Erlebnisbad Adelboden

Vorangetrieben durch den Verein für Adelboden: Eine gültige Überbauungsordnung existiert bereits, jedoch scheiterten die Verhandlungen mit der potenziellen Betreiberin Aqua-Spa-Resorts AG.

Status: Rechtliche Grundlagen vorhanden, Betreiberkonzept fehlt. Das Projekt bleibt grundsätzlich eine Option, benötigt aber eine Neubewertung hinsichtlich Realisierbarkeit und Marktbedürfnissen.

Projektorganisation und Steuerung

Kerngruppe

Eine interdisziplinäre Kerngruppe wurde als Steuerungsgremium etabliert und vereint die relevanten Perspektiven:

Arlette von Allmen

Hotel Adler AG
Anstösser

Willy Schranz

Gemeindeobmann
Gemeindeperspektive

Christian Haueter

TALK-Vorstand
Tourismusorganisation

Stefan Oester

Parkhaus AG
Infrastruktur und Immobilien

Sarah Oester

TALK
Tourismusentwicklung

Thomas Hari

Initiant Panoramaplatz
Projektinitiative

Ueli Schneider

Bureau Schneider
Externe Begleitung

Auftrag und Zielsetzung

Die Kerngruppe wurde mit einem klaren Auftrag mandatiert: Die Diskussion über die künftige Entwicklung des Areals soll breit und partizipativ geführt werden. Erst nach diesem Prozess macht eine fundierte Machbarkeitsstudie Sinn.

Leitprinzipien:

- Breite Abstützung in Bevölkerung und Tourismus
- Professionelle Projektabwicklung nach SIA-Phasenmodell
- Transparenter, nachvollziehbarer Prozess
- Innovation und Kreativität fördern
- Wirtschaftliche Tragfähigkeit sicherstellen
- Anschlussfähigkeit an Tourismusstrategie gewährleisten

Das Vorgehen orientiert sich am bewährten Phasenmodell für Bau- und Entwicklungsprojekte des Schweizerischen Ingenieur- und Architektenvereins (SIA).

Partizipativer Projektablauf

Das Projekt durchläuft mehrere aufeinander aufbauende Phasen, die eine breite Beteiligung und fundierte Entscheidungsgrundlagen gewährleisten.



Die Kraft der jungen Stimmen

Ein Design Thinking Workshop ausschliesslich mit jungen Menschen (bis 35 Jahre), moderiert durch die Kerngruppe und zusätzliche Unterstützung, bringt entscheidende Vorteile für die Arealentwicklung:



Stimme der Zukunft

Junge Menschen gestalten ihre eigene Zukunft und bringen eine einzigartige Perspektive ein.



Frische Ideen

Unverbrauchte und innovative Ansätze, die von traditionellen Einflüssen unberührt sind.



Neue Dynamik

Belebung der Gemeinschaft durch ein frisches Format und ansteckende Energie.



Unvoreingenommenheit

Freie Sichtweisen, unbeeinflusst von etablierten Mustern und Konventionen.



Langfristiges Engagement

Schaffung von Identifikation und dauerhaftem Commitment für die Zukunft des Areals.



Konventionen durchbrechen

Mut zu unkonventionellen Lösungen und echtem "Out-of-the-Box"-Denken.

Phase 1: Innovationsworkshop



Konzept und Zielsetzung

Ein eintägiger Workshop bringt frische Perspektiven und innovative Ideen in das Projekt ein. Bewusst wird auf die Kreativität und Zukunftsorientierung junger Menschen gesetzt.

Teilnehmende (70-80 Personen, alle maximal 35 Jahre alt):

- Lokale Jugendliche und junge Erwachsene (rekrutiert über Vereine)
- Eine Klasse der Hotelfachschule Thun
- Studierende der Tourismusfachschule Berner Oberland
- Architektur-Studierende der Fachhochschule Bern

Methodik: Design Thinking mit kreativen Elementen, Customer Journey-Analyse (ev. gefilmt), Prototyping. Die Teilnehmenden arbeiten an drei Tracks: Bewertung und Weiterentwicklung des Panoramaplatz-Konzepts (insbesondere Unternutzung), Bewertung des Erlebnisbad-Konzepts, sowie Entwicklung völlig neuer, dritter Ideen.

Outcome: Funktionsfähige Prototypen und konkrete Konzeptvorschläge. Eine Fachjury prämiert abends die drei besten Ideen mit Preisen.

Workshop-Ablauf: Design Thinking in der Praxis

Ein intensiver Tag voller Kreativität und Innovation, strukturiert nach dem bewährten Design Thinking Ansatz.



Kaffee und Getränke stehen den ganzen Tag zur Selbstbedienung im Raum bereit.

Design Thinking: Die fünf Phasen im Detail

Design Thinking ist ein nutzerzentrierter Ansatz zur Problemlösung, der Innovation durch empathisches Verstehen, kreative Ideenfindung und iterative Prototypenentwicklung fördert. Dieser strukturierte Prozess ist ideal, um komplexe Herausforderungen zu meistern und nachhaltige Lösungen zu entwickeln, die auf echten Bedürfnissen basieren.

EMPATHIZE (Verstehen & Einfühlen)

Ziel: Die Bedürfnisse verschiedener Nutzergruppen verstehen

- Vor-Ort-Begehung, Interviews
- Customer Journey Mapping, Beobachtung

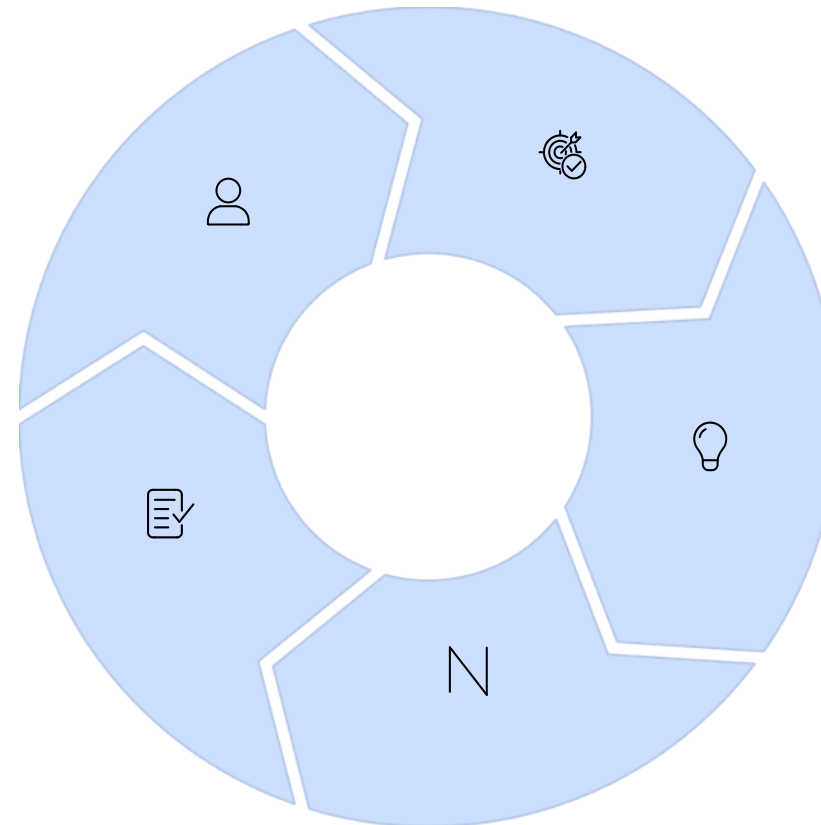
Warum wichtig: Nur wer die echten Bedürfnisse kennt, kann passende Lösungen entwickeln.

TEST (Testen & Feedback)

Ziel: Konzepte validieren und verbessern

- Präsentationen, Feedback-Runden
- Bewertung durch Fachjury

Warum wichtig: Frühes Feedback verhindert teure Fehlentwicklungen.



DEFINE (Definieren & Fokussieren)

Ziel: Das Kernproblem klar formulieren

- Synthese der Erkenntnisse
- "How Might We"-Fragen, Problemdefinition

Warum wichtig: Ein gut definiertes Problem ist halb gelöst.

IDEATE (Ideen generieren)

Ziel: Viele kreative Lösungsansätze entwickeln

- Brainstorming, Brainwriting
- SCAMPER, Crazy 8s

Warum wichtig: Quantität führt zu Qualität, wilde Ideen inspirieren innovative Lösungen.

PROTOTYPE (Prototypen bauen)

Ziel: Ideen schnell greifbar und testbar machen

- Modellbau, Skizzen
- Rollenspiele, Storyboards

Warum wichtig: Prototypen machen abstrakte Ideen konkret und kommunizierbar.

Design Thinking ist iterativ – die Phasen können mehrfach durchlaufen werden, um Ideen kontinuierlich zu verbessern. Der Ansatz fördert interdisziplinäre Zusammenarbeit und nutzerzentrisches Denken.

Phase 2-4: Verfeinerung und Validierung

01

Professionelle Ideenskizzen

Von den drei prämierten Workshop-Ideen werden professionelle Ideenskizzen durch Fachleute erstellt. Diese visualisieren die Konzepte auf einem Niveau, das eine fundierte Bewertung ermöglicht und beinhalten erste Einschätzungen zu Machbarkeit, Kosten und Nutzen.

03

Öffentliche Ausstellung

Anschliessend werden die Ideenskizzen in einer öffentlichen Ausstellung der gesamten Bevölkerung von Adelboden zugänglich gemacht. Ein strukturiertes Feedback- und Bewertungssystem ermöglicht es allen Interessierten, ihre Meinung einzubringen und Präferenzen zu äussern.

02

Präsentation am Adelboden Höck

Am 4. Juni 2026 werden die drei professionell aufbereiteten Ideenskizzen den touristischen Akteuren am traditionellen Adelboden Höck präsentiert. Dies ermöglicht qualifiziertes Feedback von Hoteliers, Gastronomen, Bergbahnen und weiteren Tourismuspartnern aus ihrer jeweiligen fachlichen Perspektive.

04

Konsolidierung

Basierend auf den Rückmeldungen aus Tourismus und Bevölkerung werden maximal zwei Konzepte für die weitere Vertiefung ausgewählt. Die Entscheidung berücksichtigt Innovation, Realisierbarkeit, erwarteten Nutzen und die Breite der Unterstützung.

Phase 5-6: Machbarkeit und Entscheidung

Vertiefte Machbarkeitsstudien

Für die maximal zwei ausgewählten Konzepte werden umfassende Machbarkeitsstudien erarbeitet, die folgende Aspekte beleuchten:

Technische Machbarkeit

Bauliche Umsetzbarkeit,
Erschliessung, Infrastruktur

Rechtliche Rahmenbedingungen

Bau- und Planungsrecht,
Bewilligungen, Eigentumsverhältnisse

Wirtschaftlichkeit

Investitionskosten, Betriebskonzept,
Ertragspotenzial

Marktanalyse

Bedürfnisse Tourismus und
Bevölkerung, Wettbewerbsanalyse

Nachhaltigkeit

Ökologische, soziale und
ökonomische Langfristperspektive

Finanzierung

Finanzierungsmodelle,
Fördermöglichkeiten,
Partnerstrukturen

Demokratische Entscheidung

Nach Abschluss der Machbarkeitsstudien wird die Bevölkerung von Adelboden über die beiden Konzepte abstimmen. Das siegreiche Projekt wird anschliessend zur Umsetzungsreife gebracht.

Dieses Vorgehen stellt sicher, dass:

- Die Bevölkerung die finale Entscheidung trifft
- Alle relevanten Informationen für eine fundierte Entscheidung vorliegen
- Die demokratische Legitimation des Projekts gewährleistet ist
- Eine hohe Identifikation mit dem realisierten Projekt entsteht

📅 **Zeitplan:** Die Abstimmung wird aus heutiger Perspektive frühestens 2027 stattfinden, nachdem alle Machbarkeitsstudien vorliegen und der Bevölkerung transparent kommuniziert wurden.

Erwarteter Nutzen und Ausblick



Für die Bevölkerung

Aufwertung des öffentlichen Raums, neue Treffpunkte und Freizeitmöglichkeiten, Stärkung der Identität und des Zusammenhalts, Partizipation bei wichtigen Entscheidungen.



Für den Tourismus

Neuer, einzigartiger Anziehungspunkt mit Panoramaerlebnis, Positionierung als innovative Destination, Ganzjahresattraktivität, zusätzliche Wertschöpfung für lokale Betriebe.



Für die Regionalentwicklung

Modellprojekt für partizipative Entwicklung, Stärkung der Standortattraktivität, Arbeitsplätze in Bau und Betrieb, Signalwirkung für weitere Projekte in der Region.

Mit diesem strukturierten, partizipativen Vorgehen entsteht nicht nur ein bauliches Projekt, sondern ein von breiten Kreisen getragenes Zukunftsprojekt für Adelboden. Der innovative Ansatz, junge Menschen aktiv einzubeziehen und deren Kreativität mit fachlicher Expertise zu verbinden, schafft die Grundlage für eine Lösung, die sowohl den aktuellen Bedürfnissen als auch den Anforderungen der Zukunft gerecht wird.

NRP-Förderkriterien: Übereinstimmung mit dem Projekt



Innovation & Wertschöpfung

Das Projekt setzt auf innovative partizipative Methoden mit jungen Talenten, schafft neue touristische Anziehungspunkte und generiert langfristigen wirtschaftlichen Nutzen für die Region.



Regionalentwicklung

Es wertet die zentrale Infrastruktur in Adelboden auf, stärkt die Positionierung der Destination und schafft Arbeitsplätze im Bau, Betrieb und dem Tourismus.



Zusammenarbeit

Breite Zusammenarbeit zwischen Tourismus, lokaler Bevölkerung, Gemeinde und Fachexperten; eine interdisziplinäre Kerngruppe gewährleistet den Austausch.



Nachhaltigkeit

Ganzjähriges Nutzungskonzept, ökologische Dimension, soziale Nachhaltigkeit durch Partizipation und eine langfristige ökonomische Perspektive.



Touristische Wertschöpfung

Einzigartiger Anziehungspunkt mit Panoramaerlebnis, Stärkung des Ganzjahrestourismus und zusätzliche Wertschöpfung für lokale Betriebe.

Förderungswürdigkeit: Detaillierte Begründung

Innovation und Modellcharakter

- Einzigartiger partizipativer Ansatz: Systematische Einbindung junger Menschen (-35 Jahre) aus verschiedenen Fachrichtungen.
- Design Thinking und Customer Journey-Methoden im Kontext alpiner Tourismusentwicklung.
- Modellprojekt für andere Bergdestinationen: Übertragbare Methodik für partizipative Raumentwicklung.
- Verbindung von Bottom-up-Kreativität und professioneller Expertise.
- Dokumentation und Wissenstransfer für die gesamte Region.

Regionale Wirkung und Multiplikatoreffekt

- Zentrale Lage im Haupttourismusort Adelboden mit hoher Frequenz.
- Direkte Wertschöpfung: Bauinvestitionen, Betriebsarbeitsplätze, touristische Zusatzumsätze.
- Indirekte Effekte: Imagegewinn für die Destination, längere Aufenthaltsdauer, höhere Ausgaben pro Gast.
- Ganzjahresnutzung reduziert Saisonalität und stabilisiert Beschäftigung.
- Signalwirkung für weitere Entwicklungsprojekte in der Region Frutigland.
- Stärkung der Standortattraktivität für Einheimische (Abwanderung verhindern).

NRP-Gesuch: Projektphasen und Finanzierungsbedarf

Das NRP-Gesuch konzentriert sich auf die strategische Entwicklung und die Planungsphasen (Phasen 1-5). Die eigentliche Umsetzung (Bau) wird nach dem positiven Volksentscheid eine separate Finanzierung erfordern.

01

Innovationsworkshop (Phase 1)

CHF 20'000 - 25'000

- Vorbereitende Arbeiten in der Kerngruppe
- Workshop-Organisation, Moderation, Materialien, Verpflegung
- Fachjury, Preise für beste Ideen
- Dokumentation und Filmaufnahmen

02

Professionelle Ideenskizzen (Phase 2)

CHF 45'000 - 50'000

- Architektonische Visualisierungen (3 Konzepte)
- Erste Kostenschätzungen
- Grundlagenberichte

03

Präsentation und Ausstellung (Phase 3-4)

CHF 20'000 - 25'000

- Organisation, Vorbereitung und Durchführung der Ausstellung
- Ausstellungsgestaltung und -material
- Feedback-System und Auswertung
- Kommunikation und Moderation

04

Machbarkeitsstudien (Phase 5)

CHF 170'000 - 200'000

- Prozessbegleitung
- Technische Machbarkeitsstudien (2 Konzepte)
- Rechtliche Abklärungen
- Wirtschaftlichkeitsanalysen
- Markt- und Bedarfsanalysen
- Umweltverträglichkeitsprüfung

Total NRP-Gesuch: CHF 255'000 - 300'000

❏ **Eigenmittel:** CHF 20'000 in bar (Cash-Mittel) und CHF 30'000 bereits erbrachte Arbeitsleistung (rund 150-170 Arbeitsstunden) sind als Eigenmittel vorhanden bzw. bereits geleistet. Total Eigenmittel: CHF 45'000. Dies unterstreicht das Engagement des Projekts und sollte die Anforderungen von NRP an die Selbstbeteiligung erfüllen.

Finanzierung und NRP-Gesuch

Aktuelle Finanzierungsbasis

Für die Initialisierung des Projekts sind bereits substanzielle Eigenmittel gesichert (in CHF):

17'500

Zugesicherte Cash-Mittel

Bereits zugesicherte finanzielle
Eigenmittel als Basis für den
Projektstart

2'500

In Abklärung

Mündliche Zusage, derzeit aber
noch in Abklärung

Diese Eigenmittel, bestehend aus CHF 17'500 zugesicherten Cash-Mitteln und CHF 2'500 in Abklärung, ergeben zusammen einen Cash-Beitrag von CHF 20'000. Sie demonstrieren die Ernsthaftigkeit des Vorhabens und das Commitment der beteiligten Akteure, decken die Anfangsphase des Projekts ab und zeigen die Bereitschaft zur Eigenleistung. Die Mittel stammen von der Gemeinde Adelboden, Tourismus Adelboden-Lenk-Kandersteg, der Hotel Adler AG sowie von zwei Zweitheimischen-Vereinen.

NRP-Fördergesuch

Für die weiterführenden Projektphasen bis zur Umsetzungsreife wird ein Gesuch bei der Neuen Regionalpolitik (NRP) gestellt. Das Projekt entspricht den NRP-Förderkriterien optimal:

- **Innovation:** Partizipativer Prozess mit jungen Talenten
- **Regionalentwicklung:** Aufwertung zentraler Infrastruktur
- **Tourismus:** Stärkung der touristischen Attraktivität
- **Wertschöpfung:** Langfristige Wertschöpfung für die Region
- **Nachhaltigkeit:** Ganzjährige Nutzung, ökologische Dimension
- **Zusammenarbeit:** Breite Abstützung bei allen Stakeholdern

Die NRP-Mittel sollen die professionelle Begleitung,
Machbarkeitsstudien und Planungsleistungen finanzieren.