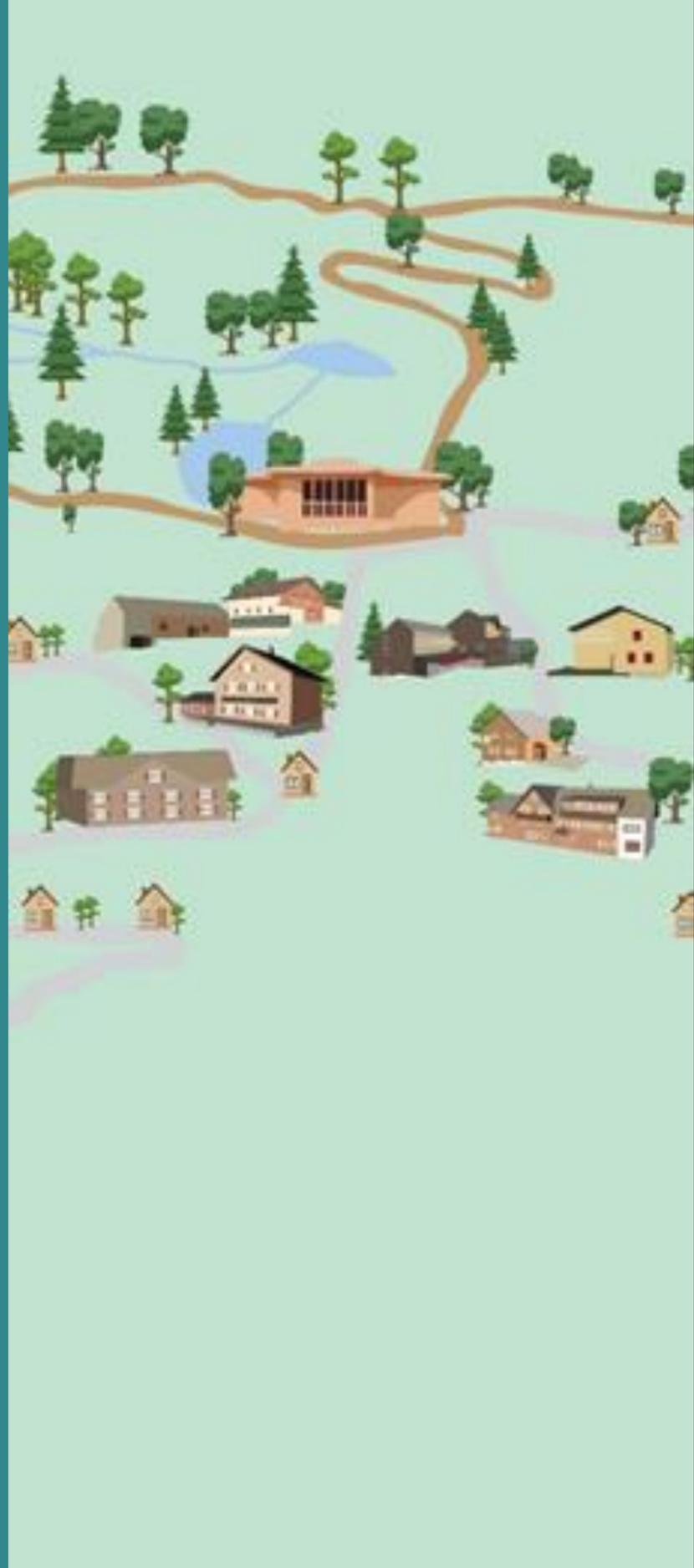


# Klangcampus Schwendi

"integral schwingen"

Umsetzung touristisches Ökosystem in der  
Schwendi zu Klang und Resonanz





Ziel des Projekts

## **ENTWICKLUNG "KLANGCAMPUS"**

Mit Eröffnung des Klanghauses entsteht in der Schwendi ein Klang-Resort mit einem funktionierenden Betrieb, passender Infrastruktur und attraktiven Angeboten.

# Vision



Auf der Basis der Toggenburger Klangkultur - den Naturtönen - wird die Resonanz für die Gäste erfahrbar.

## **DAS ECHTE, TIEFGRÜNDIGE TOURISMUS-ÖKOsystem**

Ein integrales Partner-Netzwerk führt zu einem einzigartigen Angebot mit hoher Qualität und internationaler Ausstrahlung.



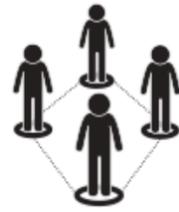
MÄRZ 2016

Das Projekt Klanghaus scheitert im Kantonsrat in der Schlussabstimmung nach jahrelangen Vorarbeiten.



DER ERFOLG

St.Gallen sagt am 30. Juni 2019 ja zum "neuen" Klanghaus. Daraufhin startet der Aufbau des Klangcampus integriert in das touristische Entwicklungskonzept Klang (TEK).



DIE ÖFFNUNG

Wir geben nicht auf! Das ganze Klangpotential soll genutzt werden durch eine räumliche und mentale Öffnung. Die Akteure in der Schwendi planen ein Klang-Resort und ein integraler Ansatz bringt ungeahnte Möglichkeiten.



2030 - DER BILBAOEFFEKT

Seit 6 Jahren ist der Klang-Campus Schwendi fast vollständig ausgebucht mit Gästen aus nah und fern. Das Vorzeigeprojekt floriert, expandiert und wirkt international.



# Story

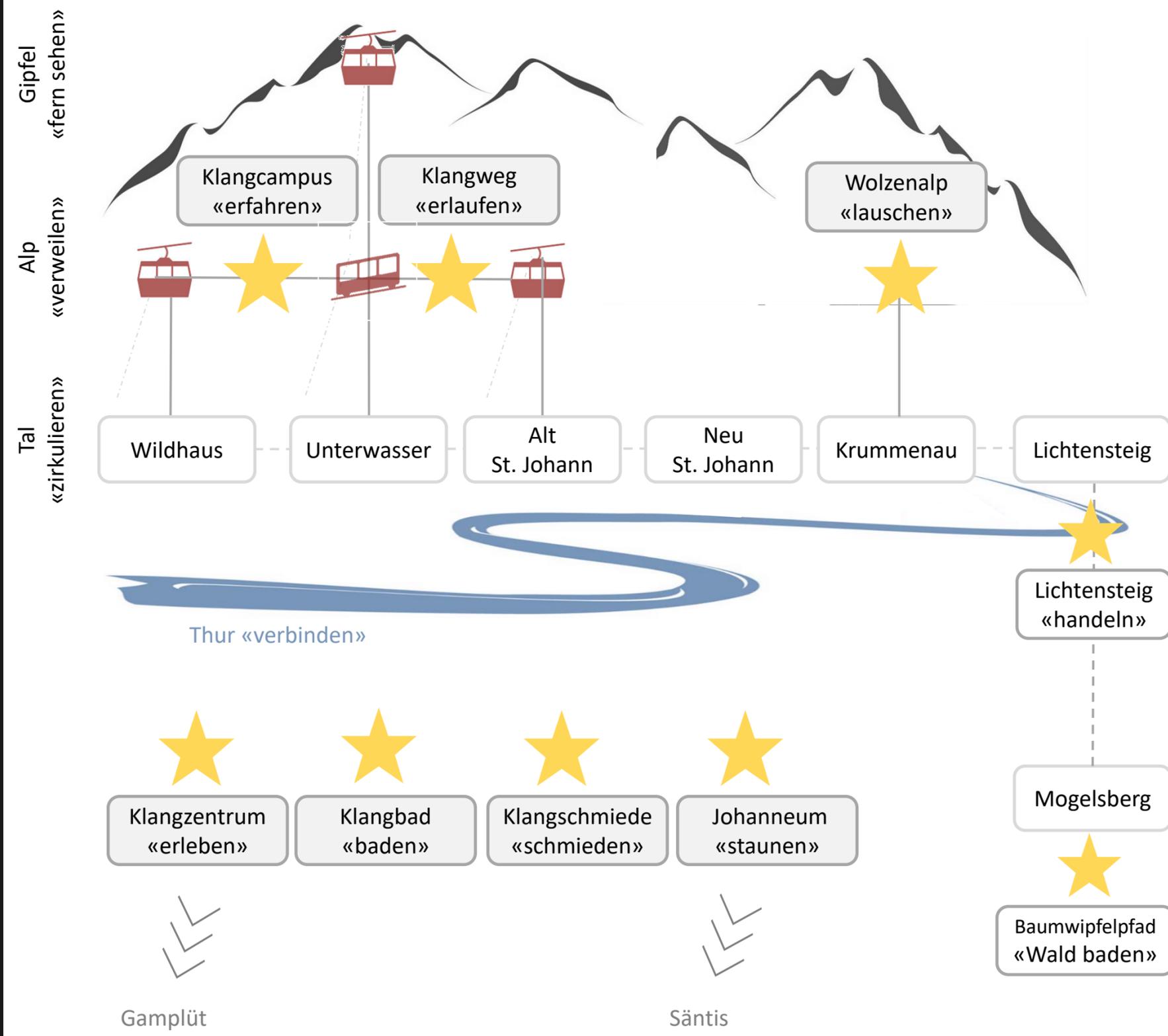
# Nach schwierigem Start zum Vorzeigeprojekt

# Im Toggenburg eingebettet

## Mit dem Klangweg verbunden



Auszug touristisches Entwicklungskonzept Klang (TEK)

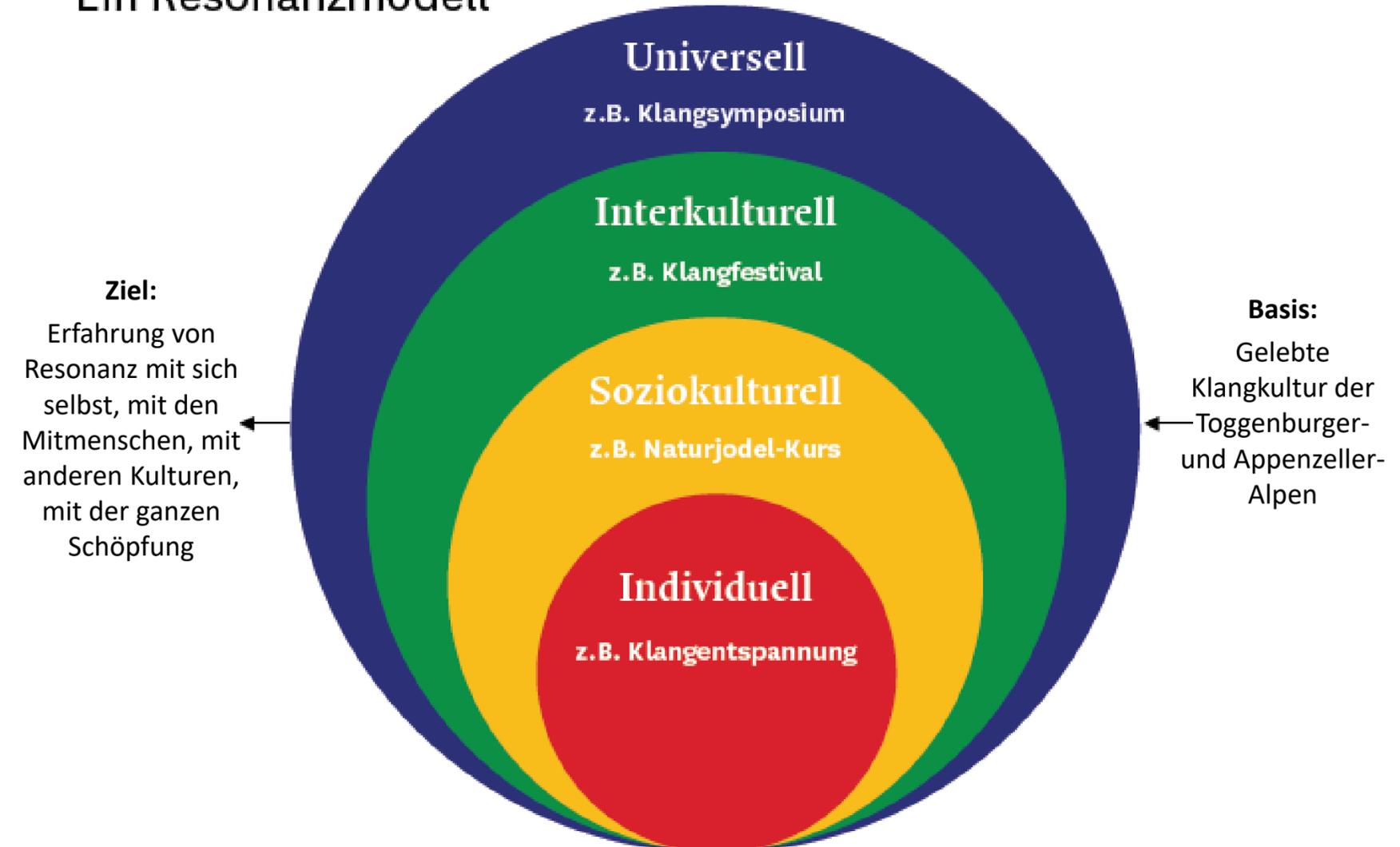


# Peter Roths Resonanzmodell als Kern



Der Angebotsentwicklung wird dieses Modell zugrunde gelegt.

## Ein Resonanzmodell





## BAU & INFRASTRUKTUR

Partner erstellen die Infrastruktur für Übernachtung, Gastro, Erschliessung, Parkierung, Angebote (z.B. Yoga, Coworking, Klang-haus), Wellness, Klangweg etc. (evtl. mit gemeinsamer Immo AG).



## ANGEBOT INHALTE

Die Bespielung des Campus mit Inhalten gemeinsam mit Netzwerkpartnern ist die Kernaufgabe der Klangwelt (Verantwortung künstlerische Leitung).



## BETRIEB

Klangwelt, Campus-Partner und/oder Dritte (z.B. Berg & Bett) betreiben die Infrastruktur, z.B. Hotellerie, Gastro, Transport, techn. Unterhalt, Reinigung oder Empfang (evtl. mit gemeinsamer Betriebs-AG) - Wichtig: Qualität

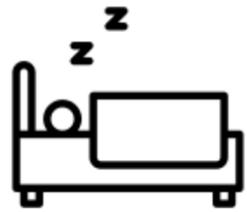


## VERMARKTUNG DER ANGEBOTE

Die Vermarktung erfolgt aus einer Hand entweder durch die Klangwelt oder Toggenburg Tourismus (evtl. gemeinsam).

# Die vier Hauptaufgaben und -rollen im Ökosystem





## BEHERBERGUNG & GASTRO

Von 30'000 auf 60'000 Logiernächte p.a.: 190 zusätzl. Betten mit Ausbau Alpenrose, neuen Formaten Parahotellerie, plus 10% mehr beim Bestand. Kiosk im Klanghaus, bestehende. Gastroangebote entwickeln und Akzente setzen u.a. für 250'000 Tagesgäste p.a.



## RESONANZ

Im Klangcampus wird die Resonanz erfahrbar für jedermann und bildet damit den perfekten Startpunkt für ein neues, integrales Bewusstsein. Es erwächst aus diesem Ort eine internationale Bewegung.



## STÄRKUNG TOGGENBURG

Durch die Entwicklung des Gebietes und ein einmaliges Angebot wird die Marke "Toggenburg" in In- und Ausland gestärkt. Es gibt neues Selbstbewusstsein im Tal und der Aufbruch wird befeuert.



## REG. WERTSCHÖPFUNG

Restaurants, Hotels aber auch Geschäfte wie Bäckereien, Metzgereien, Bauernhöfe, Bau, Detailhandel, Reinigungsfirmen usw. profitieren. Es entstehen Arbeitsplätze. Bruttowertschöpfung von 50 Mio.

# Wirkungen



## BILDUNG

Professoren, Forscher,  
Studierende, Doktoranden,  
Musikschulen, Weiterbildungen,  
Musiklager, Symposien,  
Ausbildungen, ...



## WIRTSCHAFT

Weiterbildungen, Teamtage,  
Retreats, Vorträge,  
Coworking, Co-Living,  
Rahmenangebote, Selfness,  
Burnout-Prävention, ...



## KULTUR

Musiker, Sänger, Chöre, div.  
Formationen, Komponisten,  
Künstlerinnen, Literaten,  
Orchester, Bands, Musiklager,  
...



## GRUPPENGÄSTE

Teilnehmer Führungen,  
Klangwegwanderer, Firmen,  
Einzelpersonen, Familien,  
Konzertbesucher, Schulen,  
Feriengäste, Jugendvereine,  
Konfirmanden, Projektwochen,  
...



# Zielgruppen & Aktivitäten



## FOKUS KLANGHAUS

Proben, Kurse, Workshops, Seminare, Symposien, üben, singen, jodeln, Austausch, Begegnung, kleine Konzerte und Aufführungen, Klangkino, Ethik, come togheter, tanzen...



## FOKUS FAMILIEN/JUGEND

Instrumente probieren, singen, jodeln, tanzen, musizieren, Aufführungen vorbereiten, Lama-Trekking, ...



## INDIVIDUALGÄSTE

Rückzug, Selfness, Burnout-Prävention, Therapien, Wellness, Yoga, Klangrelax, stille Klausur, schweigen, improvisieren...



## AGROTOUR. UND WEITERE

besuchen Hofladen, Besenbeiz, Äplerchilbi, Schatzsuche, heuen, Naturführung, Berge, Echotracks, Architektur ...



# Zielgruppen & Aktivitäten



Klang

Resonanz

Präsenz



Intuition

Rhythmus

Entschleunigung



Stille

Ethik

Paradigmen-  
wechsel



Natur/Natürlichkeit

Einfachheit

Authentizität

Alpkultur

# Schlüssel- begriffe

