

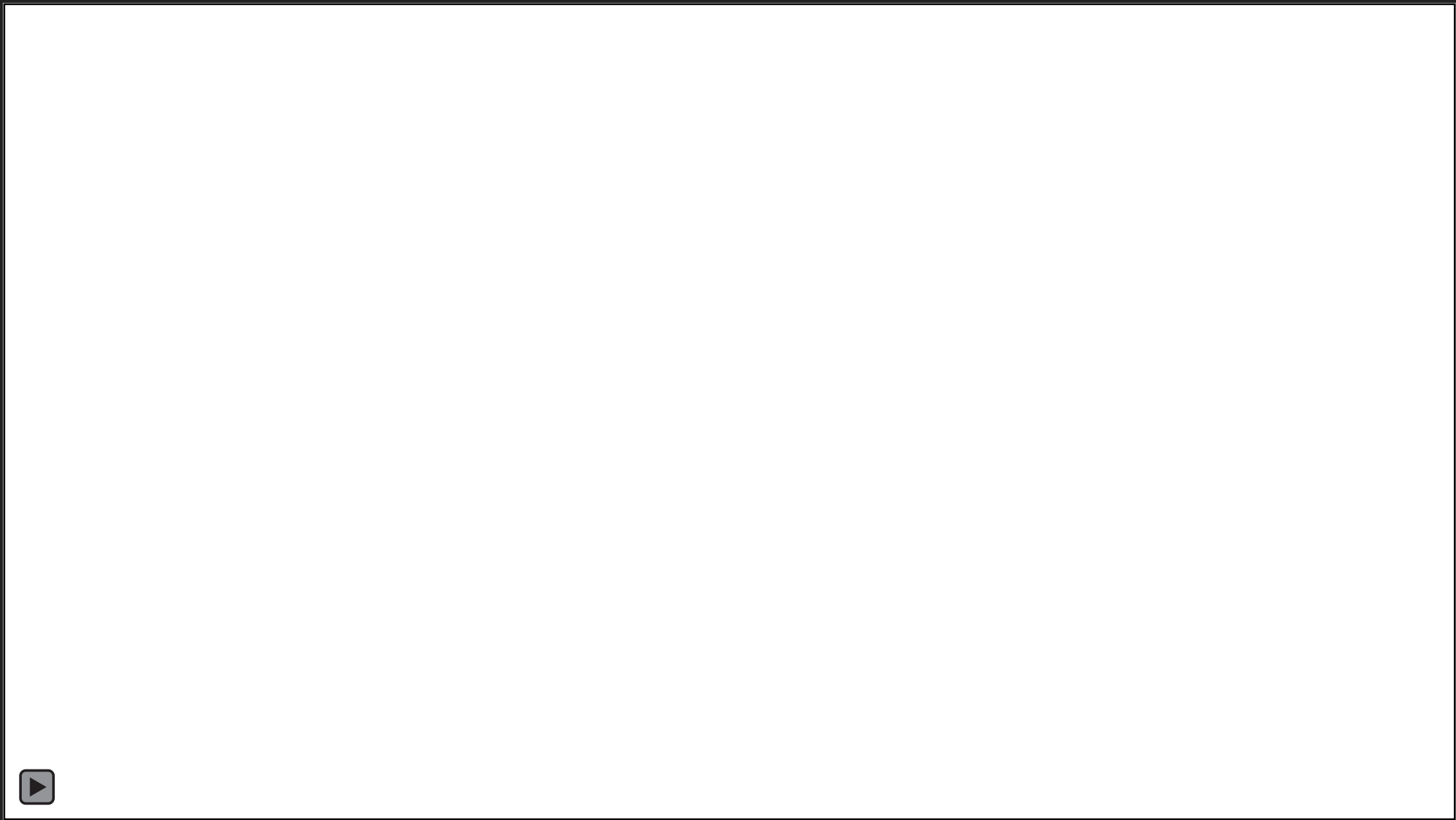


Community Building in Andermatt

FHGR/3.11.21

Stefan Kern
Chief Communication Officer





Welcome home.



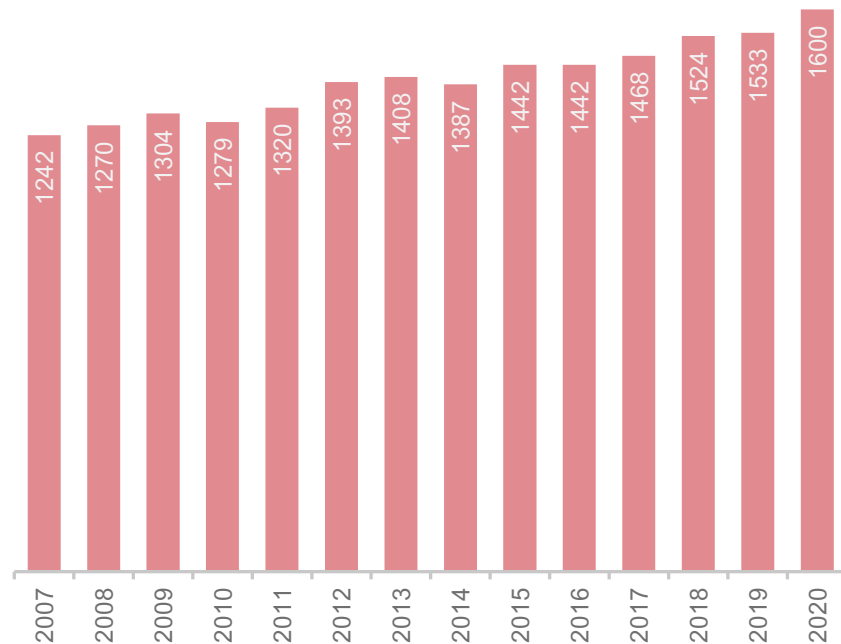






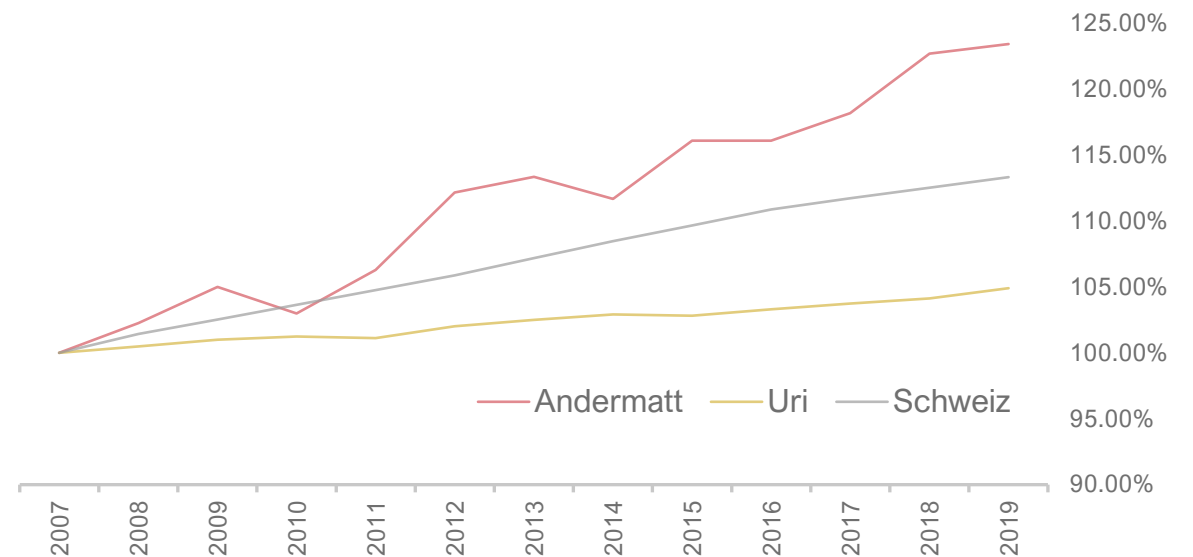
Entwicklung der Bevölkerung Andermatt 2007 - 2020

Einwohner
Gemeinde Andermatt



Quelle: Gemeinde Andermatt, Stand 2020

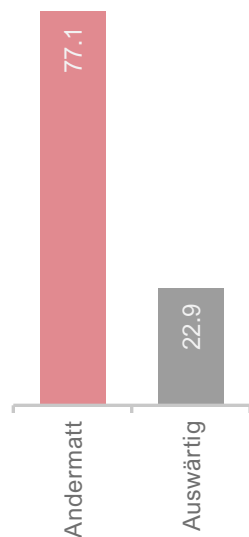
Prozentuale Entwicklung
im Verhältnis zum Kanton Uri und der Gesamtschweiz



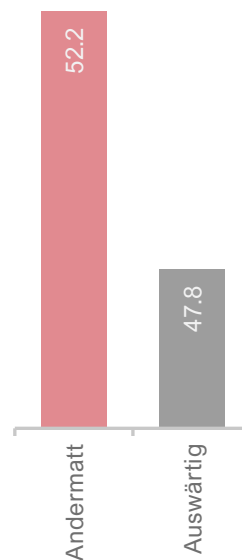
Quelle: Bundesamt für Statistik, Gemeinde Andermatt, Stand 2021

Andermatt als Lebensmittelpunkt

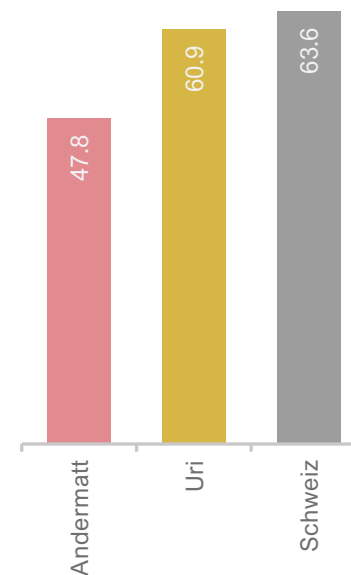
Arbeitsplatz
der Einwohner der Gemeinde Andermatt



Wohnort
der in Andermatt Erwerbstätigen



Erwerbstätige mit auswärtigem Wohnort im Vergleich



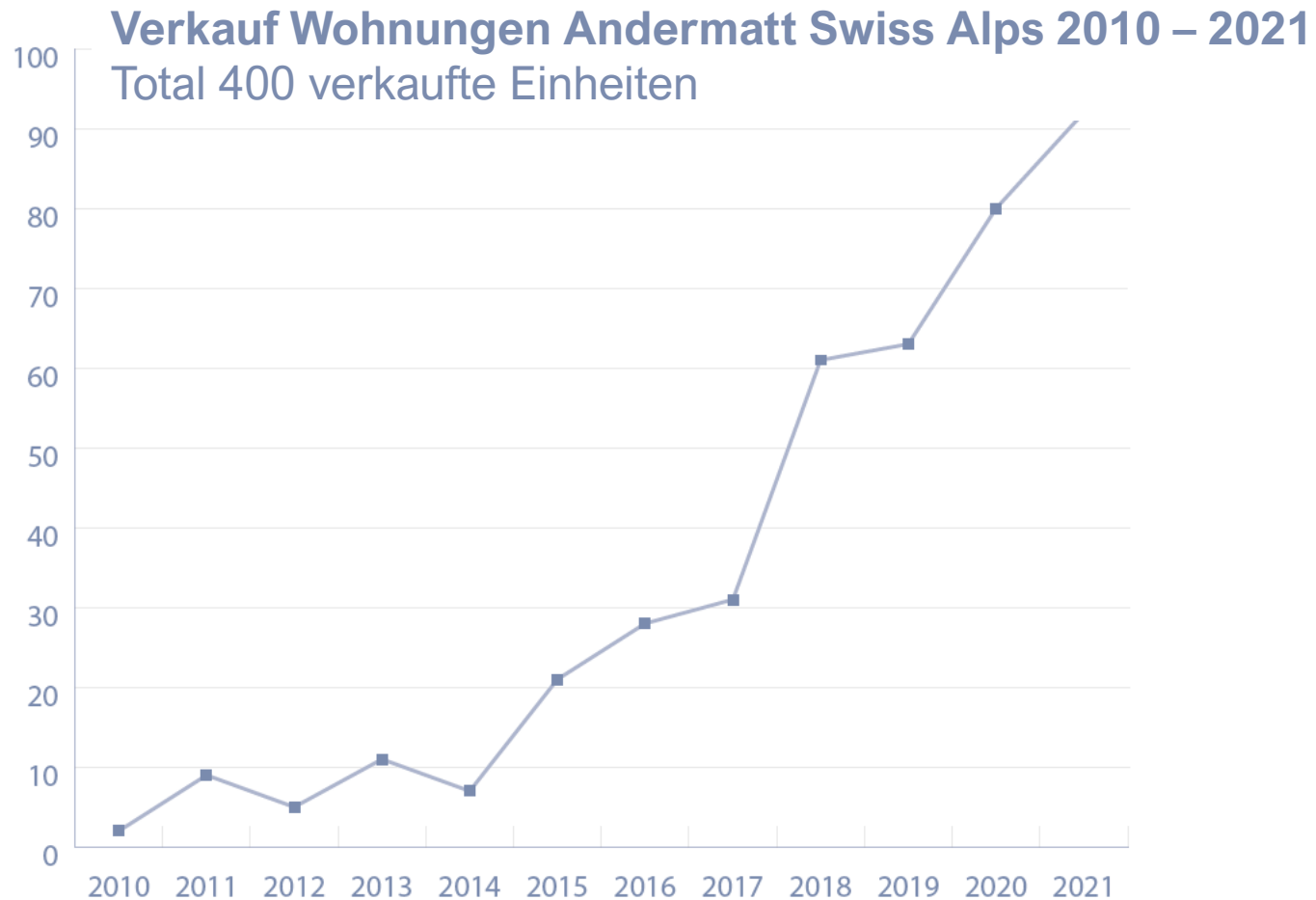
Angaben in Prozent. Quelle: Bundesamt für Statistik, Stand 2018. Gesamterwerbstätige in Andermatt: 1273



Wo wir heute stehen: 2005 - 2020

- Über 1 Milliarde Franken in Andermatt investiert
- **Zwei Hotels** und **zehn Apartmenthäuser** erstellt, **sechs vor Fertigstellung, drei in Bau**
- Touristische **Infrastruktur modernisiert** und ausgebaut (Bike, Golf, Ski)
- SkiArena **Andermatt-Sedrun** fertiggestellt, nach **Disentis** erweitert
- Aufwertungen im historischen Dorf durch Dritte
- Andermatt zurück auf der touristischen Landkarte
- **Neue Perspektiven:** Urserntal und deren Einwohnerinnen und Einwohner
- **Über 1'000 Arbeitsplätze** in Andermatt, Sedrun und Altdorf
- Bedeutung/Auswirkungen dieses Wandels ausserordentlich
- Schnelle Transformation und Umsetzung

Entwicklung Verkauf Zweitwohnungen



Anzahl Ferienwohnungen gesamthft

Andermatt	820
Hospental	80
Realp	80



Customer personas

Family Bendtsen

ACTIVE WEALTHY INTERNATIONAL

"We cherish nothing as much as **time together** and want **activities** for the whole family. We are happy when all get what they and we **do not have to worry** about anything."



Hans-Peter Walti

ESTABLISHED WEALTHY ALMOST RETIRED



"The apartment is a **second home** and I love that my **children** often spend **weekends** here. I like to visit the **mountains** to spend as much time as possible in **nature**"

Nadine & Laurenz

URBAN YOUNG UP-AND-COMING



"We want to have a **place to escape** to. Andermatt's emerging ecosystem feels **vibrant** and is a great **investment opportunity**"

Christina Young

CHARMING DOER IMPATIENT

"When I organize **leadership conferences**, I like to impress the participants with something **special** yet **practical**. Where possible, I stay one or two days longer for **relaxation** after an intense conference."



Family El Khoury

YOUNG KIDS WANDERLUST EASY-GOING

"When **travelling**, we feel the **freedom** we had once as a teenage couple. These days, **diversion** from our **routines** is scarce."



Markus Bär

SPORTS BÜNZLI SOCIALIZER

"As an **outdoor enthusiast**, I am always looking for new places in Switzerland for my activities. The vastness of the alps amazes me every time – even better if the travel is not too long."



Luca Barone

WORKATION SELF-RELIANT GLOBAL MINDSET



"The **good part** about Covid-19 is I **don't have to travel** forth-and-back to Bangladesh every other week. Instead, I can **work from wherever I want to**. The bad part: my partner still lives in Bangladesh, and we hardly see each other."

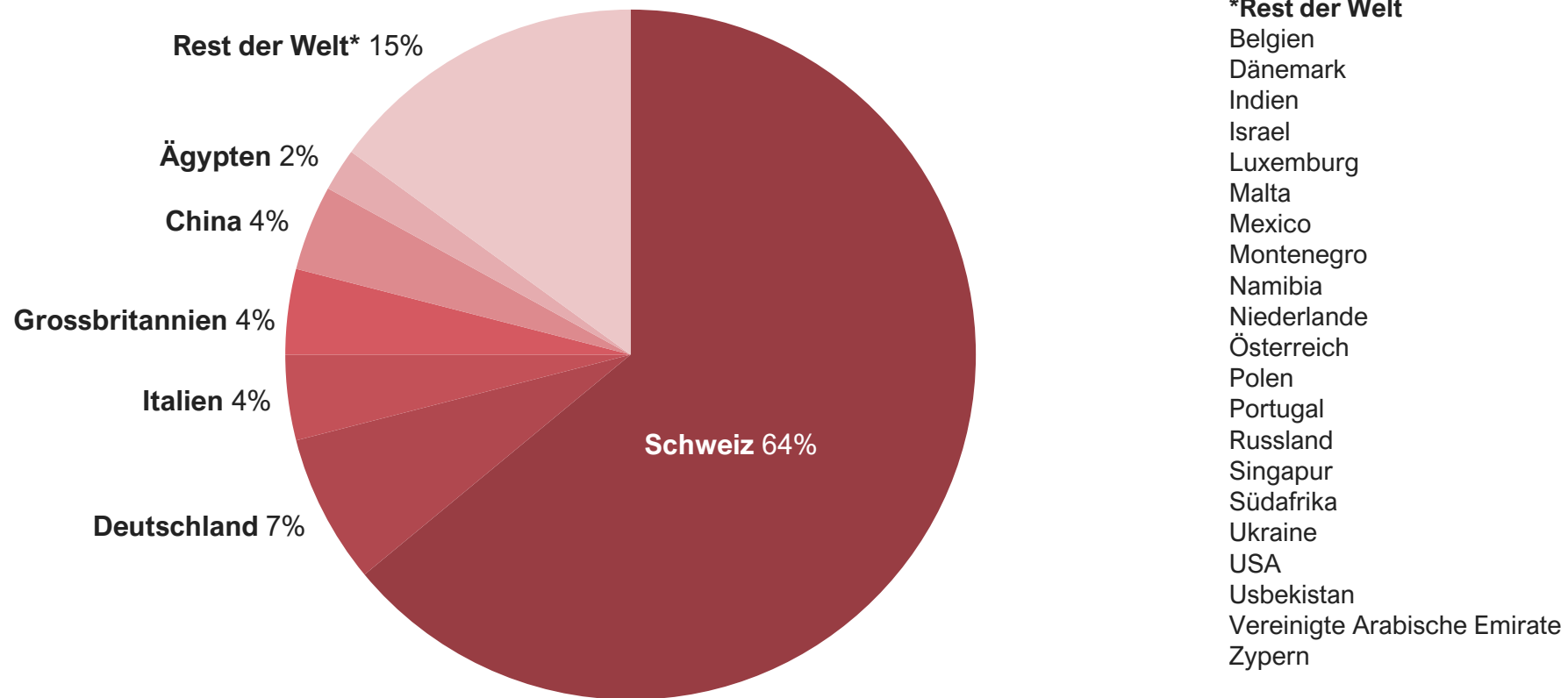
Rafael & Anaïs

SUPER-RICH CONNAISSEURS STATUS SEEKERS



"We love the atmosphere at the Chedi, especially après-ski on the terrasse. Andermatt combines an international flair with original Swissness. To impress our friends, we might buy a chalet some day."

Immobilienverkäufe nach Herkunftsland

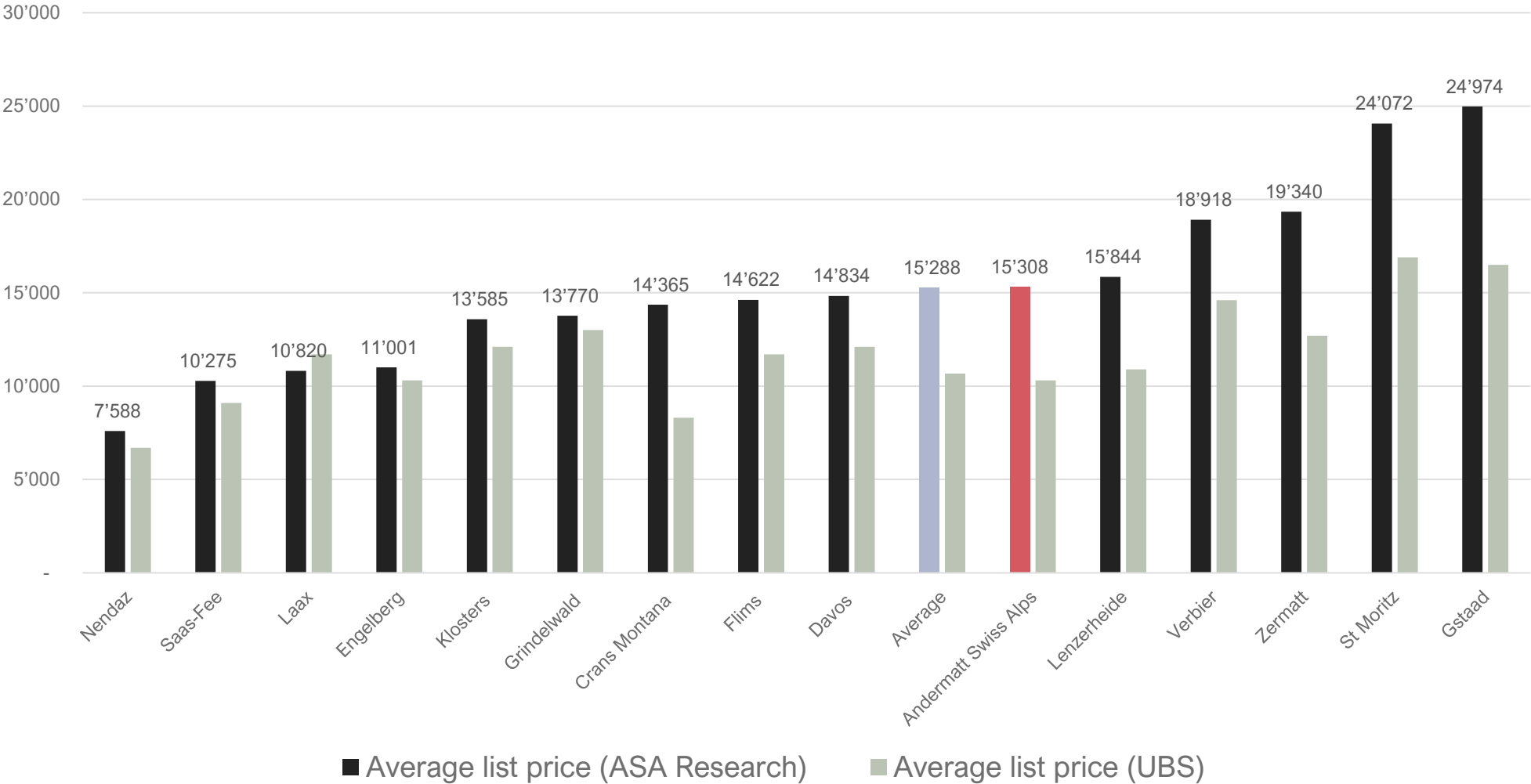


Preislevels Wohnungen Andermatt Swiss Alps

	Entry Level	Mid-Level Family	Luxury	Super Luxury
ASA Buildings	Eisvogel Frame Koya	Enzian Arve Alpenrose	Alma & Altera	The Chedi
Average CHF/M2	12,518	12,854	16,297	19,563



Durchschnittliche Quadratmeter-Verkaufspreise



Käuferstruktur Luxury vs Entry Level

Age

Age range: 45 – 68

Average age: 55

Employment Status

- Self-employed/Entrepreneur: 50%
- Employee
- Retired

Employment Sector

- Banking
- Real Estate/Construction
- Pharma/Medical
- Engineering
- Other

Interests

- Skiing: 89%
- Hiking: 56%
- Cross Country Skiing: 56%
- Golf: 56%

Age

Age range: 30 – 61

Average age: 47

Employment Status

- Employee: 70%
- Self-employed/Entrepreneur: 25%
- Retired

Employment Sector

- Banking
- Pharma/Medical
- Technology
- Fashion & Clothing
- Engineering
- Other

Interests

Skiing: 88%

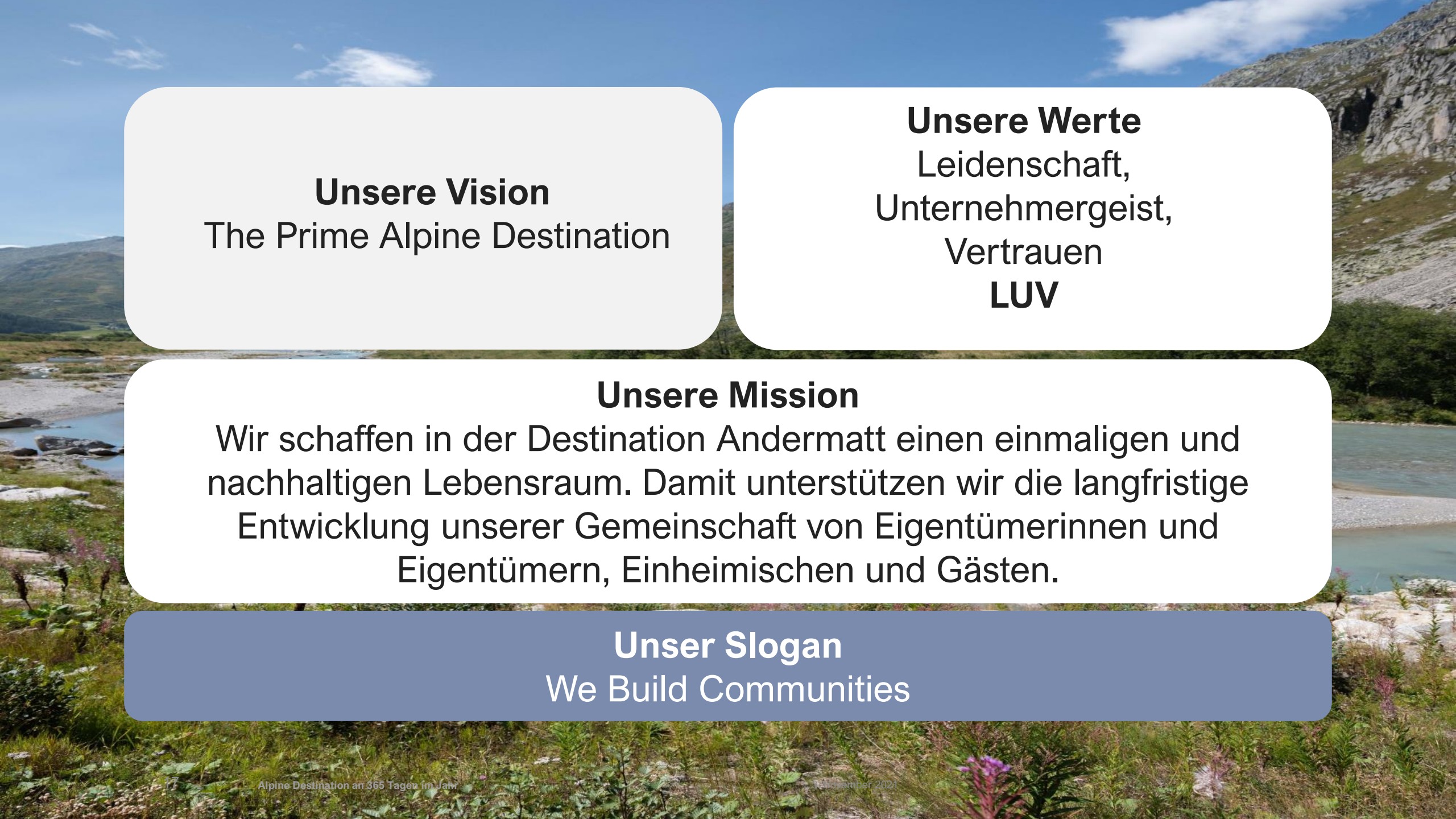
Hiking: 49%

Cycling: 19%

Cross Country Skiing: 12%

Das Erfolgsmodell Andermatt Swiss Alps



A scenic background image of an alpine landscape. In the foreground, there is a rocky riverbed with a small, clear stream flowing through it. The middle ground shows lush green grass and some small purple flowers. In the background, there are steep, rocky mountains under a blue sky with scattered white clouds.

Unsere Vision
The Prime Alpine Destination

Unsere Werte
Leidenschaft,
Unternehmergeist,
Vertrauen
LUV

Unsere Mission
Wir schaffen in der Destination Andermatt einen einmaligen und nachhaltigen Lebensraum. Damit unterstützen wir die langfristige Entwicklung unserer Gemeinschaft von Eigentümerinnen und Eigentümern, Einheimischen und Gästen.

Unser Slogan
We Build Communities

Der Weg zur Prime Alpine Destination





Begleitstudie BEST Andermatt

Aussagen zu Andermatt Swiss Alpine (ASA) und Samih Sawiris

ASA

- **Dialogveranstaltungen** werden geschätzt und sollen fortbestehen.
- Herausforderungen **teils unbefriedigend gemanagt** (Verkehrsaufkommen, Massenandrang im Skigebiet). → Schlecht für das Image von Andermatt.
- Kritik an **Monopolisierung** durch ASA (Mountain Food).

Samih Sawiris

- Teils als «**snobbig**», teils als «**bodenständig**» empfunden, teils **bewundert**.
- Gefühl **wechselseitiger Abhängigkeit**.
- Teilweise Enttäuschung wegen des **Sportcenters**.

Umgang mit lokalem Erfahrungswissen

- **Mangelnde Offenheit** für lokales Erfahrungswissen der Bevölkerung wird bedauert.

Begleitstudie BEST Andermatt

Zusammenleben

Gemeinde

- Weiterhin gezielte Förderung ansässiger und neuzuziehender Familien, damit Andermatt für Familien attraktiv bleibt. Familien engagieren sich in der Regel in einer Gemeinde und tragen zu einer lebendigen Gemeinde bei.
- Jugendliche aktiv einbinden. Zusammen mit Jugendlichen das Freizeitangebot für Jugendliche überprüfen und allenfalls gemäss deren Wünschen anpassen (Jugendraum, nicht kommerzielle Treffpunkte usw.).
- Neu Zuziehende aktiv über Vereine, Sprachkurse usw. informieren.

Kanton

I

- Angebote und Programme der kantonalen Integrationsfachstelle bekannt machen.
- Angebote und Programme der Jugendförderung bekannt machen und die Gemeinde bei der Bereitsstellung von Angeboten (Jugendtreff, Jugendarbeiter bzw. -arbeiterin) nach Möglichkeit unterstützen.
- Gemeinde bei der Schaffung von Integrationsangeboten unterstützen.

ASA

- Schaffung von Jahresstellen.
- Angestellte über Integrationsangebote der Gemeinde und der Vereine informieren.
- Deutschkurse anbieten in Zusammenarbeit mit der kantonalen Integrationsfachstelle und der Gemeinde.





Community Building-Aktivitäten

- Dialog Veranstaltungen
- Veranstaltungen an beiden Orten («Altstadt/Neustadt»): Konzerte, Gemeindeversammlungen, 1. August-Feier etc.
- Restaurants, Café, Bar
- Öffentliches Schwimmbad
- Austausch Behörden
- Co-Working Space in Vorbereitung
- Aktivitäten von Selbstständigen
- Neue Aktivitäten wie Verein Waldaufforstung Wald und Klima
- Schaffung von Begegnungsmöglichkeiten
- Ganzjährigkeit sicherstellen
- Community Building unter Zweiwohnenden

We build communities/Welcome Home



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

Stefan Kern

Chief Communication Officer



s.kern@andermatt-swissalps.ch



Bleiben wir in Verbindung

