



Grindelwald

Leitbild Grindelwald Tourismus



LEITBILD GRINDELWALD 2022

PROLOG

Das Leitbild Grindelwald Tourismus:

- ...will, eine wünschbare Zukunft realisieren
- ...fördert Grindelwald als Ganzjahres-Destination,
- ...verfolgt den Anspruch, die Steigerung der Lebensqualität für alle Bewohner und Gäste im Lebensraum Grindelwald zu gewährleisten,
- ...hat für alle Partner eine Leitplankenfunktion, jedoch keine geltende Gesetzeseigenschaft



GRUNDSÄTZE

UNSER BEKENNTNIS

- Grindelwald bietet eine hohe Lebens- und Erholungsqualität durch vielfältige Erlebnismöglichkeiten und Servicequalität
- die Jungfrau Region ist die bekannteste Destination der Alpen. Grindelwald & der Eiger sind Imagerträger und Weltmarken.
- die lokale Bevölkerung, die Leistungsträger, die Mitarbeitenden – sind die Seele der Destination und damit verantwortlich für die persönliche Prägung und die kulturelle Identität

UNSERE PERSÖNLICHKEIT

- Wir sind natürlich und unverfälscht
- Berge sind unsere Wiege und unsere Passion

UNSERE AMBITION

- tiefgreifende Erlebnisse - beständige Servicequalität – echte Freundlichkeit



STRATEGIE

(IN KONVERGENZ STRATEGIE JUNGFRAU MARKETING AG)

WIR ERSTREBEN...

- den Aufenthaltstourismus attraktiver zu gestalten,
- uns im Wesentlichen auf vier Geschäftsfelder zu konzentrieren: Bergerlebnis, Schneeerlebnis, geschäftlich begründeter Tourismus und Ausflugsreisen
- in allen Geschäftsfeldern eine Premiumstrategie zu verfolgen

DAS BERGERLEBNIS

- Grindelwald ist der Ursprungsort des Alpinismus und der Eiger die Inspiration (Faszination Eiger). Aktivitäten/Angebote/Events mit alpiner Affinität stehen im Zentrum
- Qualitativ erstklassige Erschliessung der Naturbergwelt – Grindelwald eignet sich sondergleichen für attraktive und einzigartige Bergferien für Wanderer, Mountain Biker sowie «Entschleuniger» (Winterwandern, Schlitteln etc.)

DAS SCHNEEERLEBNIS

- die Jungfrau Ski Region ist die herausragende Wintersportdestination und bietet erstklassiges Schneesportvergnügen

Der geschäftlich begründete Tourismus (MICE: Meeting/Incentive/Congress/Event)

- Aktivitäten im alpinen Ambiente mit Prestigewert
- Grindelwald ist eine Alternative für MICE-Touristen
- hohe Qualität, Nischenkonzentration



DIE AUSFLUGSREISEN

- Qualitativ gut erschlossene Gipfel mit weltbekanntem Panorama
- USP Jungfrauoch Top Of Europe
- UNESCO Weltnaturerbe
- Ausflugsberge auf Weltklasse- Niveau.
(Männlichen, First, Bussalp, Grosse- und Kleine Scheidegg, Bussalp, Pfingstegg)

MARKENFÜHRUNG

(IN KONVERGENZ STRATEGIE JUNGFRAU MARKETING AG)

WIR ERSTREBEN...

- den Schutz der Marke «Grindelwald»
- den planmässigen Ausbau sowie die proaktive Pflege der Marke «Grindelwald / Eiger»
- die Priorisierung der Zielgruppen: Wiederholungsgäste, aktive Gäste, hohe Kaufkraftklasse
(obere Mittelschicht)
- die intensive Pflege der Hauptmärkte und deren prioritären Weiterentwicklung:
Schweiz, Deutschland, Japan, USA, UK
- die Pflege der Nebenmärkte und Nutzung derer Opportunitäten:
Nordics, Frankreich, Benelux, Italien, Korea
- die gezielte Bearbeitung der Zukunftsmärkte: China, GCC, Osteuropa, Indien, Brasilien



BEHERBERGUNG & GASTRONOMIE

WIR ERSTREBEN...

- das Quantitative Hotelbettenangebot geringstenfalls zu halten und Bedingungen für Ausbau zu schaffen – Qualität intensivieren und sichern
- die Ganzjahres- Auslastung zu erhöhen – und die Flexibilität für Gruppenaufenthalter zu erhalten (v.a. in Nebensaison)
- die Vielfalt des Gastronomieangebotes zu kultivieren.
- Gewerbsmässig bewirtschaftetes Ferienwohnungsangebot (warme Betten) wachsen zu lassen, die Vermietung fördern und die Auslastung zu verbessern
- Camping – nebst Hotellerie und Ferienwohnungen qualitativ zu verbessern und die Kommunikation auszubauen
- Gruppenunterkünfte für Jugend- und Vereinslager zu sichern



VERANSTALTUNGEN, ATMOSPHERE, ANIMATION

WIR ERSTREBEN...

- die Profilierung der Marke «Grindelwald» durch gezielte, zukunftssträchtige, positionskonforme, Sport- und Kulturveranstaltungen.
- die Verbesserung der Atmosphäre in den Kernzonen sowie an bedeutsamen Standorten
- die Inszenierung und Vermarktung von Schlechtwetterangeboten (Gletscherschlucht, Sportzentrum)
- die Weiterentwicklung des Naherholungsgebietes Bodmi (Erschliessung)
- die Erhöhung der Erlebnisqualität entlang Dorfstrasse (Gestaltung Flanierzone, Verkehrsberuhigung, Shoppingangebot, Beleuchtung)
- die Schaffung von Freizeitangeboten auch unter Berücksichtigung der Nutzbarkeit für die lokale Bevölkerung
- die Berücksichtigung des Ambiente bei Investitionsvorhaben
- die Schaffung von Kinderspielplätzen für Gäste und Einwohner
- die Weiterentwicklung von aussichtsreichen Animationen: Führungen, Betreuung, Outdoor-Angebote



MITARBEITENDE

WIR ERSTREBEN...

- die Schaffung eines motivierenden und leistungsorientierten Arbeitsklima.
- die Förderung fachlicher Kompetenz und Kreativität
- die Förderung vertrauensvoller und konstruktiver Zusammenarbeit mit unseren Mitarbeitenden

VERKEHRSWESEN

WIR ERSTREBEN...

- die Optimierung des innerkommunalen Verkehr in Grindelwald
- ein allumfassendes Verkehrskonzept mit Schiene und Strasse als essentielle Verkehrsträger.
- eine einheitliche Ankunfts- /Abfahrts- und Umschlagsituation Grindelwald Grund
- ein generelles Verkehrs- und Parkplatzkonzept in Zusammenhang mit der Verbindung der Wintersportgebiete Männlichen/Kleine Scheidegg – First, der Erschliessung des Naherholungsgebietes Bodmi sowie des Dorfkerns Grindelwald.



KULTURELLES ERBE, LANDWIRTSCHAFT, LANDSCHAFT & UMWELT

WIR ERSTREBEN...

- das traditionelle Kulturgut und das kulturelle Erbe zu erhalten und fördern
- die Stützung von lokal produzierten Erzeugnissen
- zum Landschafts- und Dorferscheinungsbild und damit zum Lebensraum Sorge zu tragen und alle Nutzungen unter der Objektivität der Nachhaltigkeit einzustufen

SICHERHEIT

WIR ERSTREBEN...

- die Optimierung des Krisenmanagements
- die Wahrung politischer und wirtschaftlicher Stabilität

TOURISMUSPOLITIK

WIR ERSTREBEN...

- eine gemeinsame und kontinuierliche Attraktivitätsverbesserung und Lebens-Qualitätssteigerung
- die politischen Absichtserklärungen und Entscheide konsequent umzusetzen
- das Verständnis und Bewusstsein für den Tourismus bei Behörden und Verwaltung als auch in der Bevölkerung laufend anzuregen und zu aktualisieren
- bei allen Zielsetzungen das Wohlbefinden der Gäste als auch der lokalen Bevölkerung ins Zentrum zu stellen
- zur kulturellen Eingliederung und Einbindung beitragen



LEISTUNGSNACHWEIS

Die Fortentwicklungen der Umsetzung werden periodisch überprüft.

Das Controlling erfolgt durch folgende Massnahmen:

Controlling und Aktualisierung obliegen dem Vorstand Grindelwald Tourismus und wird durch die Gemeindeverwaltung koordiniert.

Zyklus: Operative Tätigkeiten = laufend / alle 2 Jahre Reporting
Strategische Ausrichtung = alle 5 Jahre inklusive Reporting

Vorstand Grindelwald Tourismus

Peter Egger, Vertreter Gewerbe und Handwerk, Präsident

Stefan Grossniklaus; Vertreter Hotellerie, Pensionen und Restaurationen

Urs Jossi; Vertreter kommerziell tätige Parahotellerie

Daniel Zihlmann; Vertreter Touristische Transportunternehmen

Vera Brawand; Vertreterin frei aus der Gemeinde

Nils Buri, Vertreter des Gemeinderates

Barbara Hofer, Vertreterin frei aus der Gemeinde

Bruno Hauswirth, Geschäftsführer Grindelwald Tourismus