



Grindelwald

Leitbild Grindelwald Tourismus



LEITBILD GRINDELWALD 2023

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

Niklaus Rubi, Vertreter Gewerbe und Handwerk, Präsident

Stefan Grossniklaus, Vertreter Hotellerie, Pensionen und Restaurationen

Urs Jossi, Vertreter kommerziell tätige Parahotellerie

Daniel Zihlmann, Vertreter Transportunternehmungen

Vera Brawand, Vertreterin frei aus der Gemeinde

Nils Buri, Vertreter des Gemeinderates

Barbara Hofer, Vertreterin frei aus der Gemeinde

Bruno Hauswirth, Geschäftsführer Grindelwald Tourismus