

Verein Glarusnord Tourismus

Positionierung



Glarusnord Tourismus

Stärken

- Professionelles Knowhow
- Finanzielle Grundlage
- Kostengünstige Strukturen
- Neu aufgestellte Zusammenarbeit
- Kurze Entscheidungswege
- Volle Anbindung an VISIT Glarnerland AG
- Genügend Potential für Gestaltung der nächsten Jahre
- Neue Organisation führt unweigerlich zu mehr Bewegung

Schwächen

- Milizsystem
- Beschränkte zeitliche und personelle Ressourcen
- Tourismusbewusstsein und Stellenwert in der Bevölkerung
- Wenig frei verfügbare Mittel
- Marke Glarusnord innerhalb VISIT Glarnerland noch nicht klar
- Kritische Grösse Region Glarus Nord
- Nicht ausgeschöpfte Zusammenarbeit zwischen LT
- Freundlichkeit/Herzlichkeit den Gästen gegenüber

- Neuanfang
- Touristisches Potential
- Neuorganisation GLNT > Stärkung VISIT Glarnerland
- Umsetzbare Projekt-Ideen
- Durch Digitalisierung vermehrtes Bedürfnis nach Natur, verbunden mit Erlebnisswelten
- Grosse Gästegruppen, die sich bereits jährlich im GL bewegen (einige zehntausend Personen)
- Preis-/Leistungsverhältnis im Vergleich mit anderen Regionen
- Einheimische werden immer mehr zu herzlichen Gastgeber
- Innovationsplattform Kerenzerberg/ Schweizer Denkfabrik für Nachhaltigkeit
- Zusammenarbeit der LT der Tourismusorganisation Glarnerland

- Überforderung von Innen
- Zu hohe Erwartungen von Aussen
- Fehlende und überalterte Infrastruktur einzelner Leistungsträger
- Steigender Konkurrenzdruck
- Schnittstelle zu Verkehrsvereinen

August 2019

Chancen

Gefahren

Aufgaben

- Ansprechpartner innerhalb der Gemeinde Glarus Nord für touristische Belange
- Anlaufstelle und Vermittlerrolle für Verkehrsvereine und Leistungsträger
- Frei verfügbare Mittel ziel- und wertschöpfungsoptimierend einsetzen
- Bündelung der Angebote aus Glarus Nord, um diese bei VISIT Glarnerland für die Vermarktung zu platzieren
- Vernetzung bestehender Angebote, Beratung und Begleitung für neue Produkte
- Fördern angemessener Digitalisierung
- Für Marketingaktivitäten wird VISIT Glarnerland beauftragt, inkl. Webauftritt, der mit VISIT koordiniert wird

Keine Aufgaben

- Wir besitzen und betreiben keine eigene Infrastruktur
- Organisation und Durchführung von kulturellen Veranstaltungen

- Einwohnerinnen und Einwohner kennen das touristische Angebot bis 1. Januar 2023 und verbessern ihre Kenntnisse um 30%
- Jeder der acht Orte verfügt über mindestens einen «touristischen Leuchtturm»
- Anzahl Logiernächte bis 1. Januar 2023 um 10% steigern
- 50% der touristischen Leistungsträger in Glarus Nord sind Mitglied beim Verein Glarusnord Tourismus
- Glarusnord Tourismus hat am 1. Januar 2023 100 Vereinsmitglieder
- Verlängerung der Leistungsvereinbarung ab 1. Januar 2022

11 Leitsätze

für eine erfolgreiche Tourismusregion Glarus Nord

1. Vision

Glarusnord Tourismus spinnt und pflegt das touristische Netz nach Innen (Leistungsträger, Verkehrsvereine, EinwohnerInnen) und nach Aussen (Gäste, Partner, Impulsgeber) und hält als erster Ansprechpartner für Tourismus- und Freizeitfragen in Glarus Nord die Fäden in den Händen. Wir zünden den Funken in den Einwohnern, damit der Tourismus als Chance wahrgenommen wird.

2. Mission

Glarusnord Tourismus koordiniert und bündelt die touristischen Angebote. Wir erarbeiten die strategische Ausrichtung der Tourismusregion Glarus Nord und koordinieren die Entwicklung und Weiterentwicklung buchbarer touristischer Produkte.

3. Werte

Glarusnord Tourismus agiert kompetent, schnell, zielführend, ganzheitlich und nachhaltig. Wir stellen Qualität vor Quantität.

4. Gäste

Unsere Gäste stammen vorwiegend aus der Schweiz und dem nahen Ausland. Sie stehen bei all unseren Tätigkeiten und Überlegungen im Mittelpunkt. Sie profitieren von einer passenden Angebotspalette und von professionellen und qualitativen Dienstleistungen.

5. Partner, Behörden und Leistungsträger

Unsere Partnerschaften basieren auf einem gemeinsamen Nutzen, sie sind transparent sowie auf langfristige Beziehungen ausgerichtet. Wir sind ein verlässlicher, fairer und vertrauenswürdiger Partner. Als solcher agieren wir und als solcher wollen wir behandelt werden. Wir pflegen partnerschaftliche Beziehungen zu den politischen Behörden und zu allen touristischen Leistungsträgern (inkl. Handel und Gewerbe).

6. Mitglieder

Wir nehmen durch regelmässige Information und Kommunikation unsere Verantwortung gegenüber unseren Mitgliedern wahr. Wir organisieren in Abstimmung mit VISIT Glarnerland dazu regelmässig die Plattform «Forum für Tourismus und Freizeit».

7. Marketing

Wir bündeln die Angebote und leiten diese zur Kommunikation an VISIT Glarnerland weiter.

8. Kommunikation

Wir kommunizieren aktiv nach Innen, zu den touristischen Leistungsträgern in Glarus Nord. Für die Kommunikation nach Aussen ist VISIT Glarnerland verantwortlich.

9. Finanzen

Wir, als nicht gewinnorientierte Organisation, betreiben eine gesunde, fortschrittliche und transparente Finanzpolitik. Wir agieren finanzpolitisch innerhalb der uns durch Gemeinde und Kanton vorgegebenen Leitplanken (Leistungsvereinbarung, Kurtaxen-Reglement, kantonales Tourismus-Entwicklungsgesetz, Richtlinien zur Ausrichtung von Finanzhilfen).

10. Nachhaltigkeit, Ökologie

Wir leisten unseren aktiven Beitrag für die nachhaltige Entwicklung des sanft mobilen Tourismus in unserer Gemeinde sowie für umweltverträgliche Projekte.

11. Innovation

Die Produkte- und Dienstleistungspalette wollen wir durch innovative Ideen ergänzen, erneuern sowie immer wieder überprüfen.



Glarusnord **Tourismus**

Hinterdorfstrasse 23
8753 Mollis

+41 79 523 00 56

hannes.hochuli@glarusnord-tourismus.ch

www.glarusnord-tourismus.ch