

2021 – 2026

Destinationsstrategie



Leukerbad
QUELLE ZUM GLÜCK

leukerbad.ch



Gemeinsam die Zukunft gestalten

Liebe Gäste und Partner

Die Destination Leukerbad blickt auf eine lange Geschichte zurück. Schon die Römer kannten die Thermalquellen, welche seitdem ohne Unterbruch genutzt und geschätzt werden. Das ist unser Fundament und ein wichtiger Bestandteil unserer DNA, auf die wir stolz sind. Gleichzeitig werfen wir einen Blick in die Zukunft und möchten weiter darauf aufbauen, um das Beste aus zwei Welten zu vereinen: Herkunft und Innovation.

Aus diesem Grund haben wir im Jahr 2016 einen Meilenstein gesetzt. Mit der Gründung der neuen Organisation My Leukerbad AG wurden die grössten Leistungsträger aus den Gemeinden Albinen, Inden, Leukerbad und Varen zusammengeführt. Durch die entstandenen Synergien können die Infrastrukturen effizient betrieben und die Kernvorteile der gesamten Destination – das Thermalwasser, die einzigartige Bergwelt und die Vielfalt an sportlichen Aktivitäten – fokussiert vermarktet werden. Diese Organisationsform gilt heute in der Schweiz als beispielloses Vorbild für einen voll integrierten Tourismusdienstleister.

Mit unserer Vision schaffen wir eine Destination, in der Gäste generationsübergreifend, egal woher sie kommen, jeden Tag in einer traumhaften Naturkulisse – in Verbindung mit natürlichem Thermalwasser – unvergessliche Erlebnisse teilen können. 365 Tage im Jahr. Denn Leukerbad ist eine Ganzjahresdestination, die zu jeder Jahreszeit eine breite Vielfalt an Angeboten bietet. So findet jeder Gast bei uns sein individuelles Glück. Gemeinsam mit all unseren Leistungsträgern und Partnern stellen wir die Bedürfnisse unserer Gäste konsequent ins Zentrum: Bei der Entwicklung unserer Angebote, in der zielgruppengerechten Kommunikation über die verschiedenen Kanäle sowie in der Ausgestaltung unseres neuen Markenkerns «Quelle zum Glück».

Mit der neuen Strategie erwecken wir die ursprüngliche Schönheit der Destination erneut zur vollen Blüte und freuen uns, gemeinsam mit unseren Leistungsträgern, Partnern und Gästen die Geschichte dieser schier unerschöpflichen Quelle weiterschreiben zu dürfen. Wir freuen uns auf Ihren Besuch und wünschen Ihnen viele einzigartige, unvergessliche und inspirierende Erlebnisse.

My Leukerbad AG

Christian Grichting
Verwaltungsratspräsident

Urs Zurbruggen
CEO

Positionierung und Strategie

Die Organisation der My Leukerbad AG

Mit der betrieblichen Übernahme der Torrent-Bahnen AG am 1. Mai 2017 nahm die My Leukerbad AG ihren operativen Betrieb auf. Heute führt sie im Auftrag der Eigentümer fünf touristische Unternehmen und hält das Mandat der Geschäftsführung der Verkehrsbetriebe Leuk-Leukerbad AG inne. Dank den vorhandenen Synergien zwischen den Dienstleistern können entsprechende Infrastrukturen effizient betrieben und die Kernvorteile der Destination fokussiert vermarktet werden.

	EBENE 1 Direktion / Betriebsführung	EBENE 2 Betrieb / Personal mit Betriebsleiter	EBENE 3 Eigentum Infrastruktur
TORRENT-BAHNEN	Betriebsführungsvertrag	Übernahme Personal	Torrent-Bahnen Leukerbad-Albinen AG
SNOWPARK SPORTARENA	Betriebsführungsvertrag	Übernahme Personal	Skilift Erli GmbH
LEUKERBAD THERME	Betriebsführungsvertrag	Übernahme Personal	Burgergemeinde Leukerbad
SPORTARENA	Betriebsführungsvertrag	Übernahme Personal	Sportzentrum Leukerbad AG
LEUKERBAD TOURISMUS	Mietvertrag	Übernahme Personal	Verein Leukerbad Tourismus
LLB	Betriebsführungsvertrag	Société anonyme des transport publics de Loèche-les-Bains et environs	
Betriebsgesellschaft My Leukerbad AG		Eigentümer der Infrastrukturgesellschaften	

Die Ausrichtung der My Leukerbad AG

My Leukerbad AG positioniert sich als Ganzjahresdestination mit einer breiten Vielfalt an Erlebnisprodukten. Im Zentrum unserer Aktivitäten steht das Bedürfnis der Gäste. Wir sind professionell in der Organisation, digital in unserer Struktur und stets leidenschaftlich in unseren Handlungen. Dabei arbeiten wir eng mit allen Leistungsträgern sowie Partnern zusammen und nutzen die Synergien.

VISION

Stell dir eine Destination vor, wo Gäste generationsübergreifend, egal woher sie kommen, jeden Tag in einer traumhaften Naturkulisse – in Verbindung mit natürlichem Thermalwasser – unvergessliche Erlebnisse teilen können. 365 Tage im Jahr.

MISSION

Für unsere Gäste schaffen wir mit viel Leidenschaft einzigartige, unvergessliche und inspirierende Erlebnisse.

Wir sind stolz auf unsere Herkunft und die Quellen voller Inspiration, welche unsere Destination den Gästen bieten. Wir respektieren und schätzen die Natur und ihre Schönheit und haben uns dazu verpflichtet, diese zu schützen und zu erhalten. Wir kommunizieren stets offen, authentisch und ehrlich. Bei uns steht der Einklang von Mensch und Natur an erster Stelle.

WERTE

INSIDE
OUT

ZIELE

Mit unserer Strategie verfolgen wir das Ziel, als My Leukerbad AG zu den Top Dienstleistern im Schweizer Tourismus zu gehören. Davon sollen insbesondere unsere Gäste, unsere Partner sowie die Bevölkerung in den uns verbundenen Gemeinden profitieren. Wir sehen uns als Gesamtdienstleister für alle Belange rund um die Tourismusdestination und deren Vermarktung.

KUNDENBEDÜRFNIS

LEISTUNG

Wir stellen eine konsolidierte Marktbearbeitung, die Weiterentwicklung und Instandhaltung der Tourismus-Infrastruktur, die Vermarktung sowie die Produktentwicklung der Destination Leukerbad sicher.

RESSOURCEN

Die Organisation umfasst Ressourcen im Bereich Infrastruktur, Betrieb, Finanzen, Produktentwicklung, Informationstechnologie, Meldewesen, Gästebetreuung, Marketing und Kommunikation.

Das Angebot für unsere Gäste

Ein Portfolio zum Erleben und Geniessen

Die Destination Leukerbad ist eine der wenigen alpinen Ganzjahresdestinationen. Unsere Partnergemeinden Albinen, Inden, Leukerbad und Varen bieten an 365 Tagen im Jahr eine Vielzahl an Erlebnissen und Angeboten – egal ob für Gross oder Klein, Abenteuerlustige oder Geniesser. Unsere Strategie baut dabei auf fünf zentrale Geschäftsfelder – Bike, Schneesport, Genuss, Wandern und Gesundheit.

Bike

Ein Bikenetz mit über 200 Kilometern abwechslungsreichen Trails bietet auf zwei Rädern viele Abenteuer.



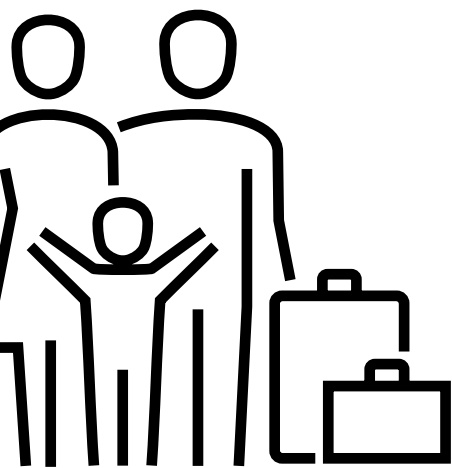
Schneesport

Dank den neuen Beschneiungsanlagen ist der Spass auf den Pisten ab Mitte Dezember garantiert.



Gesundheit

Erholung pur in der Bergwelt und dem natürlichen Thermalwasser mit 500-jähriger Tradition. Um gesund zu sein und zu bleiben.



Wandern

Die spektakuläre Flora und Fauna bieten inmitten einer einmaligen Bergkulisse atemberaubende Ausflugsmöglichkeiten für Anfänger und Geübte.

Genuss

Walliser Köstlichkeiten, welche mit Liebe und Leidenschaft zubereitet werden, verbinden Tradition mit Innovation. Es gibt viele Gaumenfreuden zu Entdecken.



Grundlage Masterplan

Ziele setzen und erreichen

Um eine klare Stossrichtung innerhalb der Umsetzungsmassnahmen zu erhalten und diese in den nächsten fünf Jahren voranzutreiben, wurde die Destinationsstrategie um messbare Ziele ergänzt. Diese fördern die Transparenz und die Nachvollziehbarkeit für alle beteiligten Leistungsträger und Partner.

1.

Ein Plus von 20% bei den Logiernächten und dem Umsatz gegenüber 2018 bis Ende 2026.

2.

Die My Leukerbad AG wird eine starke und voll integrierte Tourismusunternehmung. Akzeptiert, verankert, vertrauenswürdig und innovativ.

3.

Das Markenprofil von Leukerbad wird geschärft und die Kernbotschaft – wir sind eine Ganzjahresdestination rund um die Themen Wasser, Natur und Sport – wieder breit verankert. Das generiert neue Potenziale und sichert den Bestand an wiederkehrenden Gästen für die Zukunft.

4.

Leukerbad wird nicht nur als einzelne Gemeinde, sondern als Destination mit vielen attraktiven Angeboten wahrgenommen. So stärken wir auch die Partnergemeinden Albinen, Inden und Varen.

5.

Wir – die Leistungsträger und die Bevölkerung – gewinnen wieder ein gesundes Selbstverständnis und übertragen dieses an unsere Gäste.

Leukerbad – Quelle zum Glück.



Quelle zum Glück.

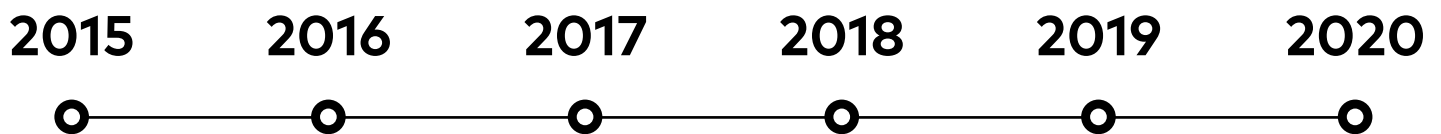


Leukerbad
QUELLE ZUM GLÜCK

Umsetzung Masterplan

Phase 1:

Grundlagen legen



1. Schritt

Sanierung und Rekapitalisierung
der Torrent-Bahnen

2. Schritt

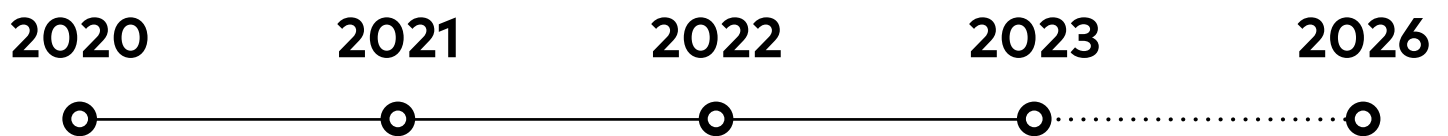
Gründung und schrittweise Integration
der touristischen Leistungsträger in
die **My Leukerbad AG**

3. Schritt

Planung und Realisierung der
Beschneigungsanlage

Phase 2:

Umsetzung Masterplan



4. Schritt

Lancierung Masterplan
Destination Leukerbad

5. Schritt

Destinationsstrategie 2026 und neuer
Markenauftritt Destination

6. Schritt

Umsetzung Digitalisierungs- und
Unternehmensstrategie

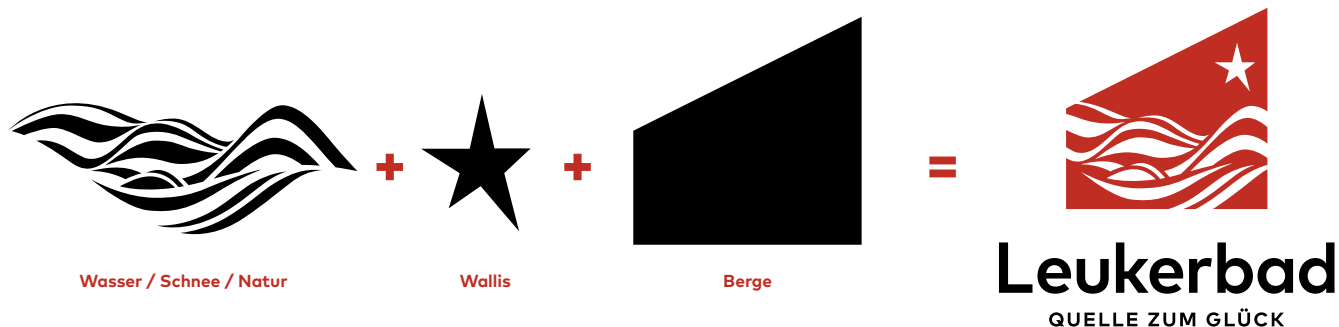
Der neue Marken- auftritt

Eine klare Marke mit einer starken Botschaft

Mit der neuen Marke wird für die Destination Leukerbad die Grundlage geschaffen, eine 500 Jahre alte Geschichte in die Moderne zu tragen. Ein klares Markenprofil, eine einfache Botschaft und viel Tiefgang für eine Destination, welche tausend Erlebnisse vereint.

Das neue Logo kombiniert die drei Kernelemente der Destination Leukerbad. Das Wasser und den Schnee als wichtige Elemente der Natur, die ineinander übergehen, den Stern als Bezug zur Walliser Herkunft sowie die markante Bergwelt, welche die Gemeinde Leukerbad umgibt. All das ergibt unsere Quelle zum Glück.

Der neue Markenauftritt wird zur Positionierung in verschiedenen Sprachregionen auf Deutsch und Französisch umgesetzt.



Quelle zum Glück.



leukerbad.ch



Leukerbad
QUELLE ZUM GLÜCK

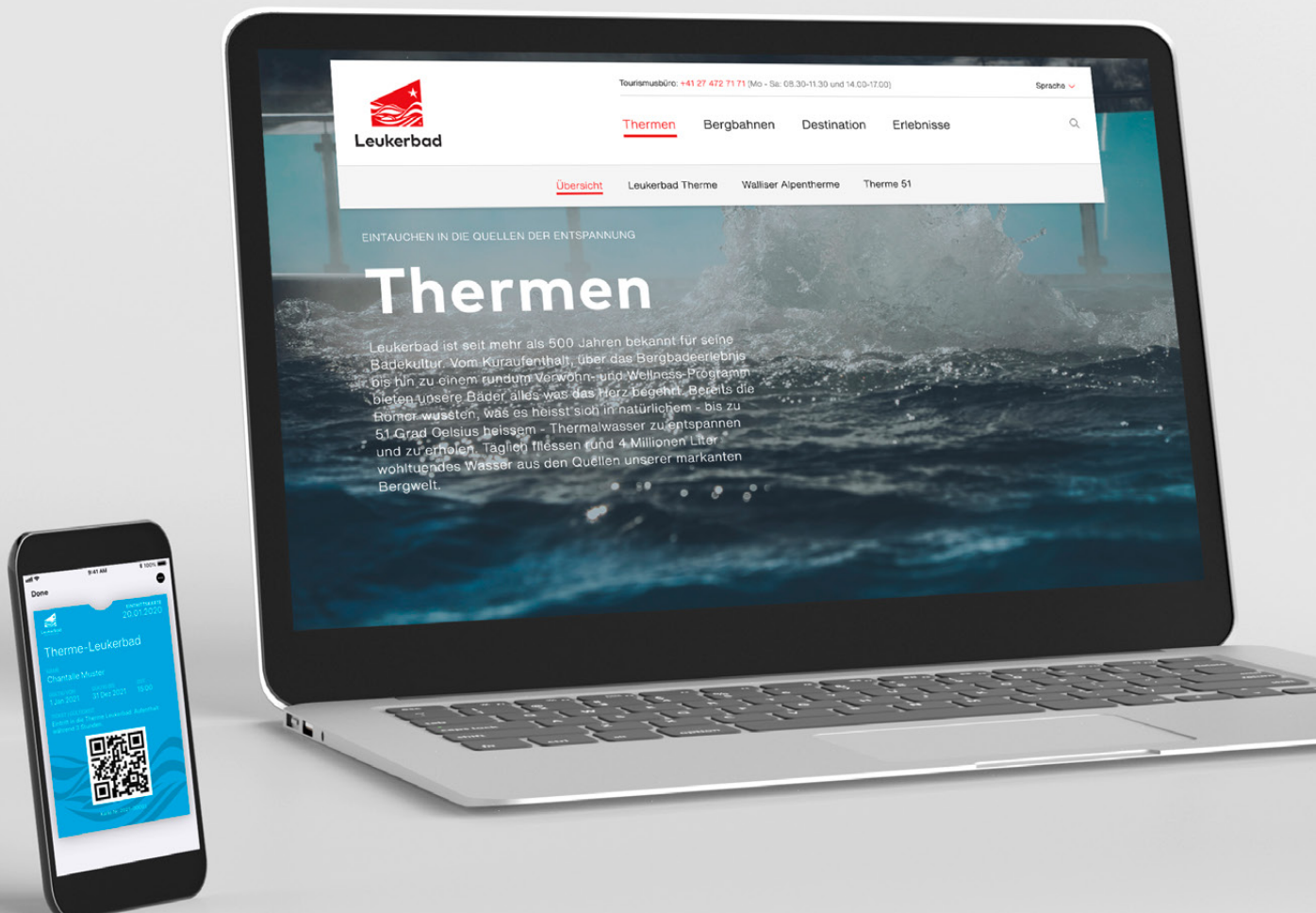
Digitale Strategie

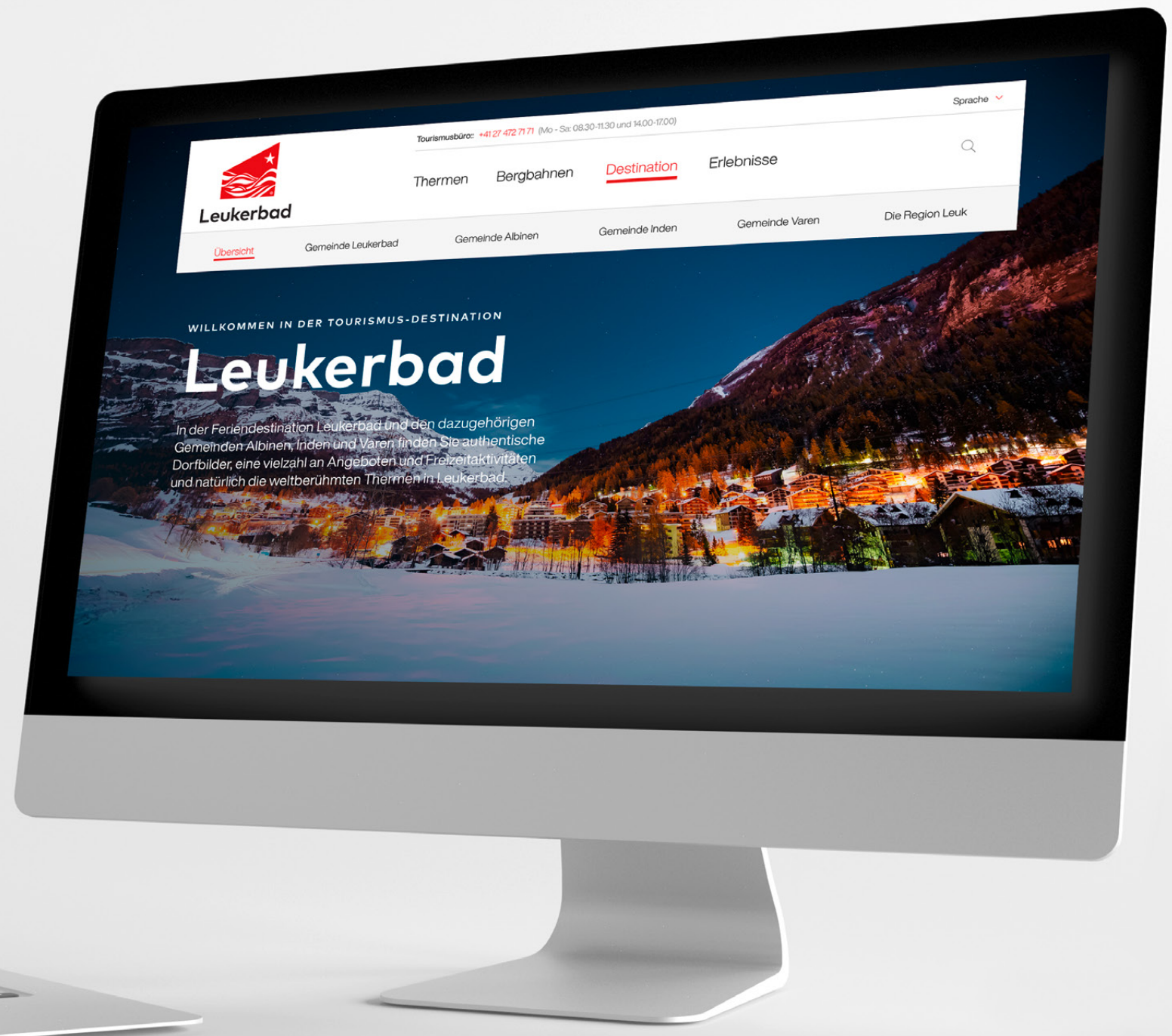
Kundenzugänge schaffen und vereinfachen

Mit der Umsetzung der Destinationsstrategie werden die bestehenden Kernsysteme sowie die digitalen Kundenzugänge überprüft und angepasst. Veraltete Systemlandschaften und Prozesse werden abgelöst und durch zukunftsfähige, durchgängige und nutzerfreundliche Lösungen ersetzt. Die bestehende Website wurde – als erster Schritt einer mehrphasigen Anpassung – zum Launch des neuen Markenauftritts erneuert.

Die Infrastruktur soll zukünftig die Aufbereitung von Informationen vereinfachen, heutige Redundanzen minimieren und dem Gast ein modernes Buchungserlebnis mit einem einfachen Zugang zu allen Angeboten der Destination ermöglichen.

Dabei werden sowohl Schnittstellen als auch Umsysteme angepasst und homogenisiert. Die Ausbauphasen hinsichtlich der Digitalisierung erstrecken sich über drei Jahre und sollen Ende 2023 weitgehend abgeschlossen sein. Dabei stehen insbesondere die Stammdaten sowie die Produktstruktur im Vordergrund. Ein durchgängiges und vereinfachtes Content Management System ist ebenfalls in Umsetzung. In Zukunft werden Informationen schneller gefunden und dadurch der im Tourismus so wichtige digitale Buchungsprozess weiter beschleunigt.





My Leukerbad AG

Rathaus
CH-3954 Leukerbad
T +41 27 472 71 71
leukerbad.ch
info@leukerbad.ch

#myleukerbad

