



2'362m · Berner Oberland · Schweiz · niesen.ch

NIESEN

Erfahrungen und gute Beispiele mit der Inwertsetzung von landschaftlichen und baukulturellen Werten im Tourismus (Unterengadin/Niesenbahn)

Urs Wohler, Geschäftsführer
urs.wohler@niesen.ch

14. November 2019



Hôtel - Niesen

Jules Beck, 31. August 1881



POST
MIESEN KULM

HOTEL

FLEB
+



3

NB

60 PERS.

4

Historische Substanz erhalten



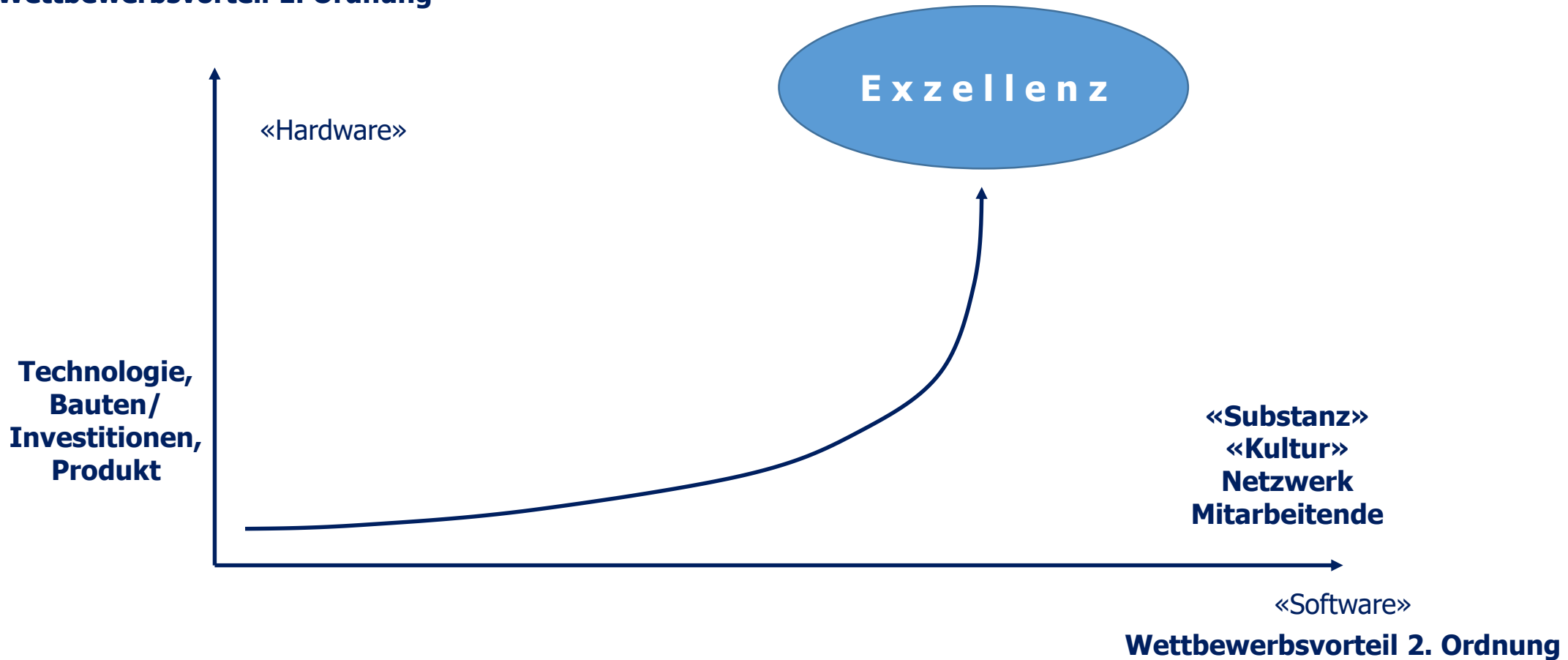
7. Mai 2019





Foto: Martin Wymann

Wettbewerbsvorteil 1. Ordnung





Gondeln und Bahnen

19. Dezember 2012 19:26; Akt: 20.12.2012 12:12

Rekord-Projekte in den Schweizer Bergen

Die Jungfraubahn-Gruppe baut für 200 Millionen Franken eine Gondel, die auf den Eigergletscher führt. Es ist ein neues Projekt in einer ganzen Reihe spektakulärer Schweizer Bahnen.



Der Chäserugg mit auslaufendem Flügeldeck, Restaurant und grosszügiger Terrasse. (Bild: Christoph Rückstuhl / NZZ)



Produkte



Masterplanung



Erlebniswege



Aussichtsplattformen



Winterinszenierungen



Themenparks



Ausstellungen

Wählen Sie einen unserer Kompetenzbereiche ...



Quelle: pronatour



TESSVM-Potenzialmodell für die Tourismusentwicklung

Umfeld → Faktoren mit Nachfragerrelevanz



Wetter

- Niederschläge vor Ort sowie im Markt
- «Terrassengeschäft»
- Ferien finden draussen statt

Währung

- 35% Wertverlust EUR gegenüber CHF seit 2007
- Mediale Preis-/Kostendebatte national und im Ausland

Wirtschaft

- Ferien sind ein Luxusgut
- Geopolitische Störungen
- Steigender Kostendruck, Kurzarbeit, Outsourcing

Markt

Region/DMO → Potenzial-Faktoren mit Angebotsrelevanz



Exzellenz

- alle Dimensionen der Qualität
- von A bis Z entlang der ganzen DL-Kette
- Tägliches Bemühen von Null

Exklusivität

- Unaustauschbare Leistungen und Angebote
- «Gibt es nur hier»
- Keine Preisorientierung

Erlebnisse

- Angebotskombinationen
- Konform/passend zur DNA und Identität der Region
- erleb-, greif- und erreichbar

Leistungspartner → Potenzial-Faktoren mit Produkterelevanz



Konsequenz

- Gesteckte Ziele hartnäckig weiterverfolgen
- Positionierung über die ganze Angebotspalette schärfen

Kontinuität

- Am gewählten Thema dranbleiben
- Gute Mitarbeiter halten
- Qualität in allen Belangen

Kooperation

- Betriebliche Kooperationen anstreben, baldmöglichst
- Grössenvorteile schaffen
- Wissensvorteile nutzen

+Besuchen +Natur +Wissenschaft



Schweizerischer Nationalpark
 Gefällt dir 28.341 · Gefällt mir · Angaben

Schweizerischer Nationalpark
 vor 5 Stunden

Mit der Klimaerwärmung nehmen die Starkniederschläge zu und der Permafrost taut an vielen Orten auf. Auch der #schweizernationalpark misst eine Zunahme von Extremereignissen. Im Beitrag der NZZ kann nachgelesen werden, wie sich am 23. August 2018 ein Murgang durch die Val de Stabeled ereignet hat und sämtliche Brücken und

Aktuell

Nationalparkzentrum
 Wir sind von Mo bis Fr, 9-12 Uhr und 14-17 Uhr für Sie da.
 Herzlich willkommen!

Angebote

01.05.2019 - 31.03.2020
Der Wolf ist da

Unsere Positionierung/unsere Themen (Ausgangslage: Strategie DMO).



- ✓ Es geht nur im Netzwerk
- ✓ Mit Substanz ist es (Differenzierung) «einfacher», insgesamt aber aufwändig(er)
- ✓ Mann/Frau muss es leben
- ✓ Mitarbeitende mitnehmen
- ✓ Im Gesamtsystem einbringen