

# VISIT GLARNERLAND AG

## Leistungsvereinbarung Marketing

Zwischen der Auftraggeberin

VEREIN ELM FERIEENREGION

und der Auftragnehmerin

VISIT GLARNERLAND AG

über die

TOURISTISCHE VERMARKTUNG DES GLARNERLANDS

### AUSGANGSLAGE

Die touristischen Leistungsträger, die Tourismusorganisationen, die Gemeinden und der Kanton Glarus haben zusammen entschieden, ab dem 1. Januar 2019 die gesamte touristische Vermarktung des Glarnerlands einer zentralen Organisation zu übertragen. Hierzu haben sie die VISIT Glarnerland AG (VGL) gegründet.

Die Leistungsvereinbarung regelt die Zusammenarbeit zwischen den Partnern aus dem Bereich Tourismus und Freizeit im Glarnerland.

## AUFGABENTEILUNG DER TOURISTISCHEN DIENSTLEISTER IM GLARNERLAND

Die Aufgabenteilung mit der zugehörigen Finanzierung richtet sich nach folgender Aufstellung:

Organisation	Aufgabe	Finanzierung
VISIT Glarnerland AG	<p>Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Überregionales Marketing</li> <li>• Markenführung «Glarnerland»</li> <li>• Integration und Kommunikation von Submarken wie Elm, Braunwald, Amden Weesen, ggf. weitere</li> <li>• Überregionale Projekte</li> <li>• Grossevents</li> <li>• Kooperationen (z.B. Schweiz Tourismus)</li> <li>• Internet, Buchungsplattformen, Social Media</li> <li>• Medienarbeit</li> <li>• Digitalisierung</li> <li>• Drucksachen</li> </ul> <p>Information &amp; Gästeservice</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Betrieb der Informationsstelle Autobahnraststätte Glarnerland</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kanton Glarus (Sockelbeitrag &amp; pro Kopfbeitrag)</li> <li>• Gemeinden Glarus, Glarus Nord, Glarus Süd (Sockelbeitrag &amp; pro Kopfbeitrag)</li> <li>• Leistungsvereinbarungen mit den lokalen Tourismusorganisationen</li> <li>• Beiträge Handel und Gewerbe</li> <li>• Weitere Leistungsvereinbarungen mit Partnern</li> </ul>
Lokale Tourismusorganisationen	<p>Information &amp; Gästeservice</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Betrieb der Informationsbüros Elm, Braunwald, Glarus (Glarussell)</li> <li>• Gästeveranstaltungen (z.B. 1. August-Feier)</li> <li>• Lokale Projekte</li> </ul> <p>Infrastruktur</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Infrastruktur (Betrieb und Wartung gem. Leistungsaufträgen)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kurtaxengelder</li> <li>• Mitgliederbeiträge</li> <li>• Abgaben des Gewerbes</li> <li>• Weitere Einnahmen aus Geschäftstätigkeit</li> </ul>
Touristische Leistungserbringer (Bergbahnen, Unterkunftsanbieter, Gastronomie, Schneesportschulen, Gewerbe etc.)	Produkteversprechen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eigenes Budget (aus Cashflow)</li> </ul>
Gemeinden	<p>Infrastruktur</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Erstellung, Wartung und Betrieb der Infrastruktur für Tourismus und Freizeit</li> <li>• Vollzug Tourismus Entwicklungsgesetz TEG (Einzug Kurtaxen und ggf. Tourismusförderungsabgaben)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Budget Gemeinden</li> </ul>
Kanton	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gibt per 1. Januar 2019 die touristischen Aufgaben ab.</li> <li>• Kontrolliert die sachgerechte Verwendung der kantonalen Mittel.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Budget Kanton</li> </ul>

## AUFTRAG

### MARKETING UND KOMMUNIKATION

Die lokale Tourismusorganisation **Verein Elm Ferienregion** erteilt der VISIT Glarnerland AG den Auftrag, die zentrale Vermarktung des Glarnerlands unter Einbezug der Marke **Elm** umzusetzen. Als Richtschur dient die Aufstellung in der vorangehenden Tabelle «Aufgabenteilung der touristischen Dienstleister im Glarnerland».

### MARKETINGPLAN

VISIT Glarnerland AG erstellt einen Business Plan mit einem integrierten Marketingplan. Die Marketingplanung basiert auf dem «Tourismus-Marketingkonzept Glarnerland, November 2014 – November 2016» vom 28. August 2014.

## ABGELTUNG

Die Höhe der jährlichen Abgeltung richtet sich nach dem Factsheet im Anhang. Für den **Verein Elm Ferienregion** beträgt die jährliche Abgeltung:

**CHF 105'000.- (zuzüglich Mehrwertsteuer)**

Grundlagen der jährlichen Abgeltung für den Leistungsauftrag Marketing sind:

- Die Berechnung basiert auf den Zahlen des Geschäftsjahres 2016/2017.
- Dieser Verteilschlüssel gilt für die Jahre 2019, 2020 und 2021.
- Nach drei Jahren wird der Verteilschlüssel neu berechnet.
- Es steht der Tourismusorganisation frei, zusätzliche Leistungsaufträge an die VISIT Glarnerland AG zu vergeben.

Es gilt folgender Grundsatz:

**Die lokale Tourismusorganisation verfügt über genügend finanzielle Mittel, um den Gästeservice vor Ort zu gewährleisten.**

## EIGENLEISTUNGEN MARKETING UND KOMMUNIKATION

Sämtliche Aktivitäten und Kampagnen, die von der lokalen Tourismusorganisation zusätzlich und eigenständig durchgeführt werden, sind mit VISIT Glarnerland AG abzusprechen. Vorgaben betreffend Gebrauch, Integration und Design der Marke «Glarnerland» sind zu befolgen.

## IN KRAFT TRETEN, DAUER UND KÜNDIGUNG DER VEREINBARUNG

### GELTUNGSDAUER

Unter dem Vorbehalt der erfolgreichen Gründung und Finanzierung der «VISIT Glarnerland AG» im November 2018 tritt der vorliegende Leistungsauftrag Marketing am 1. Januar 2019 in Kraft und gilt für bis am 31. Dezember 2021.

Ohne Kündigung des Leistungsauftrages verlängert sich die Vertragsdauer jeweils stillschweigend um weitere drei Jahre.

### KÜNDIGUNG

Die Kündigungsfrist beträgt 6 Monate und ist erstmals auf 31. Dezember 2021 möglich.

## ANHANG

Folgende Dokumente sind integrierter Bestandteil dieser Vereinbarung:


- Factsheet «Gründungsbeitritt zur VISIT Glarnerland AG»
- Tourismus-Marketingkonzept Glarnerland, November 2014 – November 2016 vom 28. August 2014

Ort und Datum: Elm, 25. 6. 2018

### Verein Elm Ferienregion



*Urs Bähler*  
Präsident



*Beat Elmer*  
Vize-Präsident

Ort und Datum: .....

### VISIT Glarnerland AG

.....  
Präsident

.....  
Verwaltungsrat