



NRP Zwischenbericht Glarus Service 2025

Der Austausch zwischen Glarus Service und den lokalen Detaillisten, Gastronomiebetrieben und Vereinen hat im Jahr 2025 nicht nur zur Vernetzung beigetragen, sondern vor allem konkrete Projekte und Resultate hervorgebracht. Im Zentrum der Aktivitäten stand die gezielte Überführung von Austauschformaten in konkrete Massnahmen, welche die Frequenz in der Innenstadt erhöhen, die regionale Wertschöpfung stärken und zur nachhaltigen Entwicklung des Standorts Glarus beitragen.

1. Austauschformate und deren Wirkung

Im Jahr 2025 organisierte Glarus Service eine Vereinskonzferenz sowie zwei Detaillisten- und Gastrokonferenzen. Diese Plattformen wurden gezielt genutzt, um aus dem Dialog konkrete Projekte zu entwickeln. An der Vereinskonzferenz vom 17. Februar 2025 stand insbesondere das geplante Stadtfest 2026 im Fokus. In Zusammenarbeit mit dem Verein Stadtfest wurden in Workshops erste Projektideen erarbeitet und die Vereine frühzeitig in die Planung eingebunden. Gleichzeitig wurden sie über Mitwirkungsmöglichkeiten am Weihnachtsmarkt informiert, was zu einer breiteren Abstützung des Anlasses führte.

Auch die beiden Detaillisten- und Gastrokonferenzen im März und September 2025 führten zu konkreten Ergebnissen. Die Teilnehmenden diskutierten nicht nur bestehende Herausforderungen, sondern entwickelten gemeinsam Massnahmen weiter. So wurde beispielsweise die Weiterentwicklung des Weihnachtsmarktes vorangetrieben, die Weihnachtsaktion «Gu poschnä mit em Chrischtchindli» konkretisiert und umgesetzt sowie die Fortführung der Sonderbeilage mit Rabattcoupons beschlossen. Zudem wurden gemeinsame Aktivitäten und koordinierte Sonntagsverkäufe geplant. Insgesamt führte dies zu einer stärkeren Abstimmung innerhalb der lokalen Wirtschaft und zu einer höheren Beteiligung der Betriebe an gemeinsamen Projekten.

Input:

Organisation und Moderation von Austauschplattformen zwischen Vereinen, Detailhandel, Gastronomie, Gewerbe und externen Partnern.

Output:

- Entwicklung konkreter Projektansätze für das Stadtfest 2026 in Zusammenarbeit mit einer Eventagentur
- Frühzeitige Einbindung der Vereine in den Weihnachtsmarkt
- Weiterentwicklung des Weihnachtsmarktes als gemeinsames Projekt von Detailhandel und Gastronomie
- Umsetzung der Weihnachtsaktion «Gu poschnä mit em Chrischtchindli»
- Planung gemeinsamer Aktionen (Frühlingsaktivitäten, Sonntagsverkäufe)
- Entscheid zur Weiterführung der Sonderbeilage mit Rabattcoupons

**Wirkung:**

- Höhere Beteiligung der Betriebe an gemeinsamen Aktionen
- Bessere Abstimmung innerhalb der lokalen Wirtschaft
- Stärkere Einbindung der Vereine in grössere Veranstaltungen
- Übergang von Austausch zu konkreten, gemeinsam getragenen Projekten

2. Konkrete Resultate aus der Zusammenarbeit

Die enge Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen Akteuren zeigte sich insbesondere in den umgesetzten Marketingmassnahmen. Die kantonsweit verteilte Sonderbeilage mit Rabattcoupons und Eventkalender ermöglichte es den Betrieben, ihre Angebote sichtbar zu platzieren und die Bevölkerung gezielt anzusprechen. Ergänzend dazu wurden im Rahmen des Stadtlaufs Rabattaktionen umgesetzt, die über Programmhefte und Goodie-Bags verbreitet wurden. Damit konnten über 5'000 Besucherinnen und Besucher direkt angesprochen und in die Geschäfte gelenkt werden.

Input:

Koordination gemeinsamer Kommunikations- und Verkaufsaktionen.

Output:

- Sonderbeilage mit Rabattcoupons und Eventkalender (kantonsweite Verteilung)
- Integration der Angebote in digitale Kanäle (GlarnerlandPass)
- Rabattaktionen im Rahmen des Stadtlaufs mit Verteilung über Programmhefte und Goodie-Bags
- **Wirkung:**
- Direkte Kundenlenkung in die Geschäfte
- Ansprache von über 5'000 Besucherinnen und Besuchern beim Stadtlauf
- Erhöhte Sichtbarkeit regionaler Angebote und Veranstaltungen

Ein weiterer wichtiger Bestandteil der Aktivitäten waren die organisierten Veranstaltungen. Der Frühlings- und Künstlermarkt mit über 50 Ständen brachte zusätzliche Frequenz in die Innenstadt und führte dazu, dass sich die Besucherinnen und Besucher auch in die umliegenden Geschäfte verteilten.

Das Beizenfestival stärkte die Zusammenarbeit mit der lokalen Gastronomie und sorgte für eine lebendige Atmosphäre in verschiedenen Betrieben. Auch Veranstaltungen wie das Coop Kinderland, der Chilbiflohmarkt oder die Sommer- und Filmbühne trugen zur Belebung der Gemeinde bei.

Besonders wirksam waren zudem die temporären gastronomischen Angebote. Das Sommerbistro auf dem Rathausplatz entwickelte sich von Mai bis Juli erneut zu einem zentralen Treffpunkt und trug insbesondere während der Ferienzeit zu einer spürbaren Belebung der Innenstadt bei.



Auch das Pop-up-Bistro bei der Kantonsschule leistete einen Beitrag zur Aktivierung eines weniger frequentierten Quartiers. Zwar blieb die Nachfrage dort unter den Erwartungen, dennoch konnten wichtige Erkenntnisse gewonnen werden, die in zukünftige Projekte einfließen.

3. Weihnachtsmarkt als zentrales Vernetzungsprojekt

Der Weihnachtsmarkt 2025 stellte ein zentrales Beispiel für die erfolgreiche Zusammenarbeit verschiedener Akteure dar. Durch die gezielte Weiterentwicklung und Erweiterung, unter anderem mit dem Einbezug des Güterschuppens, konnte das Angebot deutlich ausgebaut werden. Mit über 80 Markt- und Foodständen sowie einem vielseitigen Rahmenprogramm wurde eine hohe Attraktivität erreicht. Ein wichtiger Erfolgsfaktor war die enge Zusammenarbeit mit der reformierten und der katholischen Landeskirche sowie mit zahlreichen weiteren Partnern und freiwilligen Helferinnen und Helfern. Diese breite Abstützung trug wesentlich zur positiven Wahrnehmung und zur hohen Besucherfrequenz bei.

Einen wesentlichen Beitrag zur qualitativen Weiterentwicklung leistete zudem die Zusammenarbeit mit Rolf Schnyder von der Firma Glarotent. In diesem Rahmen wurden 25 einheitliche Markthäuschen realisiert. Ziel war es, das Erscheinungsbild der Märkte nachhaltig aufzuwerten und gleichzeitig die Standmieten für die Marktfahrenden auf einem erschwinglichen Niveau zu halten. Während Glarus Service mit Unterstützung der Stiftung für ein starkes Glarnerland die Materialkosten finanzierte, übernahm Glarotent den Bau sowie die Logistik. Daraus entstand eine für alle Beteiligten vorteilhafte Lösung: Die Märkte wurden optisch und qualitativ aufgewertet, die Marktfahrenden profitieren von fairen Kosten, und die Häuschen können ausserhalb der Veranstaltungen weitervermietet werden. Gleichzeitig ermöglicht die durchdachte Konstruktion eine effiziente Nutzung mit reduziertem logistischem Aufwand.

Input:

Koordination eines breit abgestützten Projekts mit Detailhandel, Gastronomie, Vereinen, Kirchen und weiteren Partnern.

Output:

- Über 80 Markt- und Foodstände
- Erweiterung um den Güterschuppen
- Einbindung der reformierten und der katholischen Landeskirche
- Vielfältiges Rahmenprogramm

**Wirkung:**

- Deutlich erhöhte Besucherfrequenz
- Stärkung der Innenstadt in der Vorweihnachtszeit
- Breite Beteiligung lokaler Akteure

4. Leerstände und Standortentwicklung

Ein weiterer zentraler Schwerpunkt der Arbeit von Glarus Service lag im Jahr 2025 auf der aktiven Bearbeitung von Leerständen und der Vermittlung von Ladenflächen. Dabei übernahm Glarus Service eine koordinierende Rolle zwischen Eigentümern, potenziellen Mietern sowie öffentlichen Stellen. Im Rahmen dieser Aktivitäten wurde unter anderem die Nachfolgelösung für das Geschäft «Uhren Wyss» begleitet und es wurden Gespräche zur Neuansiedlung im ehemaligen Schubiger-Gebäude geführt. Zudem stellte Glarus Service den Kontakt zwischen potenziellen Grossmietern wie der Drogeriemarktkette Rossmann, Eigentümern und dem Kanton her.

Auch wenn nicht alle Ansiedlungen erfolgreich umgesetzt werden konnten, zeigen diese Beispiele die aktive Rolle im Standortmarketing. Ein konkreter Erfolg konnte mit der Vermittlung der Kleiderfirma «Tagtraum» erzielt werden, welche im Mai 2026 ein Ladenlokal in Ennenda eröffnen wird.

Parallel dazu engagiert sich Glarus Service intensiv für eine nachhaltige Lösung des geschlossenen Gasthauses im Klöntal. Ziel ist es, einen Käufer zu finden, der den Betrieb weiterhin als Restaurant führt und damit einen wichtigen gastronomischen Standort erhält. Dieses Dossier wird aktiv begleitet, wobei sich insbesondere Präsident Fritz Pechal persönlich in die Gespräche und Vermittlungsbemühungen einbringt.

Insgesamt zeigt sich, dass im Bereich der Leerstände erste konkrete Fortschritte erzielt werden konnten, gleichzeitig aber weiterhin strukturelle Herausforderungen bestehen, insbesondere aufgrund von Eigentumsverhältnissen und begrenzten Einflussmöglichkeiten.

Input:

Koordination zwischen Eigentümern, potenziellen Mietern, Kanton und weiteren Akteuren.

Output:

- Begleitung der Nachfolgelösung «Uhren Wyss»
- Gespräche zur Neuansiedlung im ehemaligen Schubiger-Gebäude
- Kontaktvermittlung für potenzielle Grossmieter (z. B. Rossmann)
- Laufende Gespräche mit Eigentümern und Behörden

Konkreter Erfolg:

- Vermittlung der Kleiderfirma *Tagtraum*, welche im Mai 2026 ein Ladenlokal in Ennenda eröffnet



Wirkung:

- Konkrete Reduktion von Leerständen
- Aktivierung neuer Standorte (auch ausserhalb des Zentrums)
- Stärkung der Gastronomie als Standortfaktor
- Aufbau eines funktionierenden Vermittlungsnetzwerks

Gleichzeitig bleibt die Vermittlung aufgrund von Eigentümerstrukturen eine Herausforderung.

5. Kommunikation und Netzwerkpflege

Zur Unterstützung der lokalen Akteure betreibt Glarus Service verschiedene Kommunikationskanäle. Der monatliche Newsletter erreicht rund 2500 Abonentinnen und Abonnenten und bietet Detaillisten, Gastronomiebetrieben und Vereinen eine Plattform zur Präsentation ihrer Angebote. Ergänzend dazu wird über Social Media eine hohe Reichweite erzielt, indem regelmässig Beiträge von Mitgliedern geteilt werden. Mit insgesamt 176 Mitgliedern sowie rund 300 Stunden freiwilliger Arbeit im Jahr 2025 zeigt sich eine starke Verankerung von Glarus Service in der Region. Diese breite Unterstützung bildet eine wichtige Grundlage für die erfolgreiche Umsetzung der Projekte.

6. Fazit und Ausblick

Die Aktivitäten im Jahr 2025 zeigen deutlich, dass die gezielte Vernetzung zwischen Detailhandel, Gastronomie, Vereinen und weiteren Akteuren zu konkreten Resultaten führt, wenn sie systematisch in Massnahmen überführt wird. Besonders sichtbar wird dies in den gemeinsam umgesetzten Marketingaktionen, den frequenzstarken Veranstaltungen, der Weiterentwicklung des Weihnachtsmarktes sowie in ersten Erfolgen bei der Reduktion von Leerständen.

Zu den wichtigsten Ergebnissen zählen:

- gemeinsame Marketingaktionen
- Veranstaltungen mit direkter Frequenz- und Umsatzwirkung
- konkrete Ansiedlung (Tagtraum) im Bereich Leerstände
- strukturelle Verbesserungen (Markthäuschen)
- aktive Bearbeitung strategischer Standorte (z. B. Gasthaus Klöntal)

Im Hinblick auf den Wirksamkeitsbericht, der Ende 2027 eingereicht werden muss, hat die Gemeinde Glarus im Jahr 2025 erstmals eine Umfrage bei Detaillisten und Gastronomiebetrieben durchgeführt. Dabei wurde gezielt der Nutzen von Glarus Service für die Betriebe erhoben. Die ersten Rückmeldungen fallen insgesamt sehr positiv aus und zeigen, dass die angebotenen Massnahmen und Plattformen als unterstützend und wertschöpfend wahrgenommen werden. Die detaillierten, ersten Ergebnisse der Umfrage werden dem Bericht beigelegt und bilden eine wichtige Grundlage für die weitere Wirkungsmessung.



Glarus Service leistet damit einen konkreten Beitrag zur Umsetzung der Ziele der Neuen Regionalpolitik, indem Austausch nicht nur organisiert, sondern konsequent in konkrete Ergebnisse und nachhaltige Wirkungen überführt wird.

22.4.2026

Fritz Pechal

Präsident Glarus Service

Leopold Ramhapp

Geschäftsführer Glarus Service