

**BERGBAHNEN DESTINATION GSTAAD AG**

**GESCHÄFTSBERICHT 2016/17**

**G S T A A D<sup>®</sup>**



**COME UP – SLOW DOWN**



---

## **Geschäftsbericht 2016/17**

---

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter	2
Organe	4

---

## **Jahresberichte**

---

Verwaltungsratspräsident	6
Geschäftsführer	9
Halbjahresbericht Gstaad Marketing GmbH	12

---

## **Jahresabschluss**

---

Bilanz	16
Erfolgsrechnung	17
Anhang der Jahresrechnung	18
Antrag über die Verwendung des Bilanzgewinnes	21
Bericht Revisionsstelle	22

---

## **Impressionen**

---

Umbau/ Sanierung Rinderberg-Spitz	24
Umbau/ Sanierung Saanerslochgrat	25
Umbau/ Sanierung Wispile	26
Umbau/ Sanierung Videmanette	27
Rinderberg Swiss Alpine Lodge	28

---

## **Grossprojekte**

---

Neubau Gondelbahn Saanerslochgrat	29
Neubau Gondelbahn Eggli	31

---

## **Impressum**

---

**Herausgeber**  
Bergbahnen Destination Gstaad  
Promenade 41, 3780 Gstaad  
T: 033 748 87 81



# MITARBEITERINNEN UND MITARBEITER

Abele Eric Brian | Aegerter Andreas | Aegerter Christine | Aegerter Erich | Aellen Adrian | Aellig Felder Marlène | Albisser Alois | Allemann Peter | Allenbach David | Amrein Thomas | Annen Adolf | Annen Arnold | Ast Niklaus | Ballif Frederic | Bangerter Martin | Bärtschi Martin | Bärtschi Peter | Baumann Matthias | Beetschen Simon | Betschart Nadine | Bieri Fritz | Bieri Karl | Bieri Klaus | Bieri Martin | Bieri Walter | Bieri Zbinden Elisabeth | Blatter Magdalena | Boinaj Boinaj | Boniz Florian | Bratschi Hans-Ulrich | Brodkorb Uwe | Bucher Antoinette | Buchs Stefan | Bühler Christoph | Bühler Hans-Rudolf | Bühler Hansueli | Bühler Thomas | Burnand Katharina | Burri Marcel | Chablot Frédéric | Ciarulli Anja | Clemente Clemente | Cortijo Cortijo | Coutinho Canelha José | Creignou Reuter Sonia | Di Camillo Adrian | Di Pietro Dominic | Durtschi Oliver | Eggen Christian | Eggen Karl | Eggen Stephan | Erb Walter | Ertinger Markus | Eschler Daniel | Eschler Ernst | Eschler Jakob | Eschler Kilian | Eschler Simon | Feller Markus | Frutiger Ruedi | Gashi Bajram | Gehret Beat | Gerber Benjamin | Gerber Thierry | Gerber Walter | Gfeller-Mäder Hans | Gobeli Andreas | Gobeli Killian | Gobeli Lukas | Gobeli Matthias | Graf Daniel | Griessen André | Grossen Philipp | Grundisch Brigitte | Grünenwald Martin | Grütter Roland | Gutknecht Aline | Habegger Andreas | Hablützel Ursula | Haldi Heinz | Haldi Max | Haldi Denise | Haldi Erich | Hänni Samuel | Häussler Rainer | Hauswirth Florian | Hauswirth Reto | Hayder Oliver | Hefti Adrian | Hefti Benz | Hefti Lorenz | Hefti Thomas | Hefti Ueli | Hefti Christof | Hodler Zeller Cornelia | Hörler Toni | Hutzli Yvonne | Illir Hajdari | Imobersteg Daniel | Imobersteg Ulrich | In-Albon Matthias | Janzi Hansueli | Jimenez Jimenez | Jungen Markus | Jupaj Arton | Jupaj Arton | Jupaj Aslan | Jupaj Asslan | Kaiser Egbert | Karlen Judith | Käser Michaela | Kaufmann Carine | Kessels Fleur | Kessler Willy | Klassen Andreas | Klassen Ewald | Klossner Matthias | Knöri Werner | Kohler Hans | Kohli Dominik | Krähenbühl Alfred | Krieg Daniel | Kropf Markus | Kunz Roger | Kurt Nina | Lempen André | Lenz Sarah | Lock Arnim | Lüthi Martina | Mangold Hansueli | Mani Daniel | Manse Amanda | Marti Gerhard | Matti Michel | Matti Peter | Matti Samuel | Michel Ernst | Milovanovic Slobodan | Moor Christoph | Moor Marcel | Mösching Martin | Mösching Raphael | Moser Michael | Moser René | Müllener Arnold | Müller Michael | Müller Oliver | Münger Martin | Nicolae Gabriel | Nobs Alexander | Nydegger Hanspeter | Oberson Christian | Oberson Nicola | Oberson Roland | Oehrli Michel | Palamidis Giorgos | Pellisier Fanny | Perren Edwin | Perren Ernst | Perren Toni | Perreten Dominic | Perreten Monika | Perreten Pascal | Perreten Nicolas | Pfäffli Reto | Pfister Nicolas | Preisig Moritz | Raaflaub Ueli | Ramon Alexandra | Rapcan Michal | Reichen Peter | Reichenbach André | Reichenbach Hans | Reichenbach Marcel | Reichenbach Roland | Reichenbach Walter | Reusser Sarah | Reuter Christiane | Rohrbach Hans-Ueli | Rohrbach Markus | Rolli Andreas | Romang Hansueli | Romang Martina | Rufener Niklaus | Sawadski Jakob | Schatzmann Nathanael | Scheiben Adrian | Schenk Ruedi | Schiermann Felix | Schilt Simon | Schläppi Roland | Schmid Stephanie | Schönberg Kathrin | Schopfer Adrian | Schopfer Alfred | Schopfer Hans | Schopfer Hans-Rudolf | Schopfer Heidi | Schopfer Marco | Schopfer Reto | Schulthess Leonora | Schürch Davis | Schütz Mathias | Schwab Corinne | Schwenter Bruno | Schwenter Philipp | Seewer Johann | Hans Seewer Niklaus | Siegenthaler Gottfried | Siegenthaler Lina | Sotirakis Alexandros | Speckwirth Louisa | Spreng Mario | Spring Markus | Srenkelova Miriam | Stäger Franz | Stäger Stephan | Stalder Christine | Stalder Madlen | Stocker Hans | Stocker Stefan | Strasser Magdalena | Sulliger Viktor | Sumi Hansueli | Sumi Markus | Szöcs Benjmain | Teixeira Rafael | Teuscher Andres | Teuscher Fritz | Teuscher Martin | Teuscher Niklaus | Theiler Brand Anja | Trachsel Noelia | Trachsel Peter | Treuthardt Stephan | Turrian Rodolphe | Ueltschi Christian | Ueltschi Urs | Urweider Jean-Pierre | von Grünigen Bernhard | Von Grünigen Erich | von Känel Niklaus | von Siebenthal Arnold | von Siebenthal Hans | von Siebenthal Silvan | Walker Oskar | Wampfler Manfred | Weber Heinz | Weibel Nathalie | Welten Beat | Welten Christian | Welten Hans | Welten Thomas | Wey Rolf | Widmer Silvia | Wiedmer Laura | Wiedmer Patrick | Wittwer Heinz | Wyss Albert | Yersin Roger | Zeller Peter | Zeller Stefan | Zeller Stephan | Zingre Thom Erich | Ziörjen Marc | Zumbrunnen Marc | Zumbrunnen-Zeller Veronika



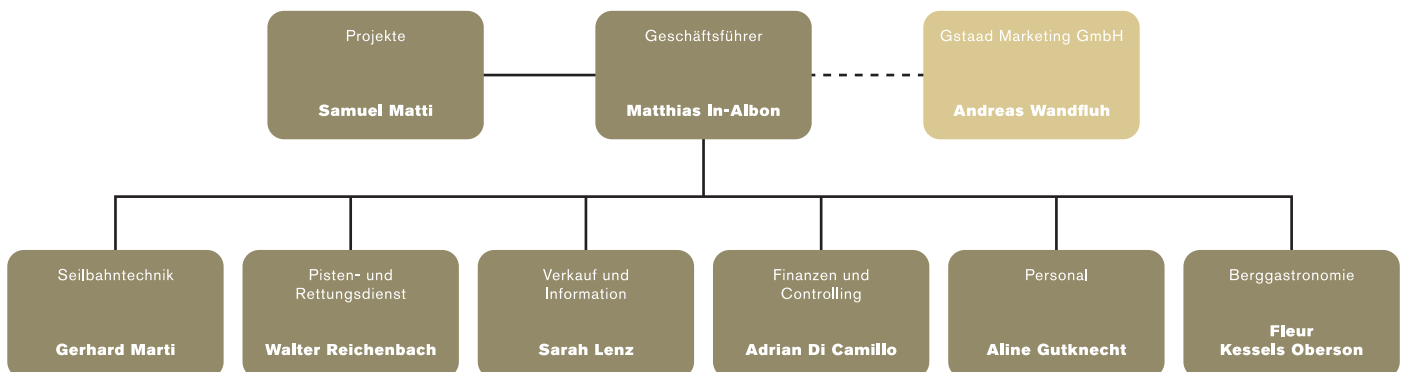
## Verwaltungsrat

Heinz Brand	Präsident
Mathias Matti	Vizepräsident
Jan Brand	
Walter Lüthi	
Holger Schmid	
Ernest von Siebenthal	
Dr. Roland Zegg	
Sabrina Brand	Verwaltungsratssekretärin

## Operative Leitung

Matthias In-Albon	Geschäftsführer
Adrian Di Camillo	Leiter Finanzen und Controlling
Aline Gutknecht	Leiterin Personal
Fleur Kessels Oberson	Leiterin Berggastronomie
Sarah Lenz	Leiterin Verkauf und Information
Gerhard Marti	Leiter Seilbahntechnik
Samuel Matti	Leiter Projekte
Walter Reichenbach	Leiter Pisten- und Rettungsdienst

Organigramm:



Liebe zum Detail



## Werte Aktionärinnen und werte Aktionäre

Im Namen des Verwaltungsrats, der Geschäftsleitung und der Mitarbeitenden möchte ich Ihnen von Herzen für die Sympathie und die grosse Unterstützung danken, die wir im Geschäftsjahr 2016/2017 geniessen durften. Für uns alle war es das erste komplette Geschäftsjahr, das wir führen und dafür verantwortlich zeichnen durften. Es war für uns nicht immer ganz einfach, das Vorgegebene aus dem Sanierungsbericht, vorangehenden Forderungen und Abmachungen umzusetzen. Dazu waren viele Entscheide notwendig, die zum Teil sehr unpopulär ankamen oder innerbetrieblich markante Auswirkungen hatten, die nicht immer leicht verständlich, doch für eine zukunftsorientierte Unternehmung von unglaublicher Bedeutung sind.

Wir sind uns bewusst, die Konsequenzen dieser Umstrukturierung einschneidend, aber unumgänglich sind. Verschiedene Punkte werde ich in meinem Bericht näher erläutern und andere versuche ich, an der Generalversammlung detaillierter zu erklären.

## Verwaltungsrat

An monatlich ganztägigen Sitzungen war der Verwaltungsrat gefordert, zu anstehenden Fragen und Entscheidungen Lösungen zu finden. Nebst der weiteren Aufarbeitung der Vergangenheit, befassten wir uns auch intensiv mit der Zukunftsgestaltung. Diese Arbeiten sind interessant, aber auch zeitaufwändig und immer wieder mit Investitionen und Kosten verbunden. Es bedingt zudem, dass wir alle Aufgaben möglichst richtig priorisieren und bei all den Wünschen und Forderungen das Ganze im Auge behalten. Der Verwaltungsrat ist sich dieser Verantwortung bewusst und ist grossen Willens, unsere BDG in ein zeitgemässes, zukunftsorientiertes Unternehmen zu überführen.

An dieser Stelle möchte ich dem Verwaltungsrat mit seiner grossen Arbeit, die er leistet und den harten, aber zugleich sehr fairen Auseinandersetzungen, danken. Man fühlt, dass wir ein Team sind und jeder viel Herzblut in die Entwicklung des Unternehmens steckt.

## Personelles

Die interne Umstrukturierung in Geschäftsleitung und Kader ist abgeschlossen, was mich besonders freut. Heute sind unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auf dieser Stufe ein ganzheitliches Team und sie verstehen es, mit Hartnäckigkeit und Durchhaltewillen aus vielen kleinen Königreichen eine Einheit zu entwickeln. Dies ist für die Zukunft von grosser Bedeutung, um neuen Wegen eine Chance zu bieten. Zu erwähnen gilt es auch, die neu gegründete interne Betriebskommission als Bindeglied zwischen Mitarbeiterbegehren und Geschäftsleitung.

## Auflagen öffentlicher Ämter

Wir konnten viele Auflagen der Ämter im Laufe des Jahres erfüllen und stehen nicht mehr auf einer roten Liste. Dies schafft neues Vertrauen und erleichtert die künftige Zusammenarbeit. Wir sind der Überzeugung, dass eine kooperative Partnerschaft uns zu besseren Lösungen bringt.

## Landeigentümer

Wie schon im vergangenen Geschäftsbericht erwähnt, wurde eine Kommission unter der Leitung von Emanuel Raaflaub, ehemaliger Verwaltungsratspräsident, gegründet. Diese Kommission, aufgestellt jeweils mit einem Vertreter aus jeder Region unseres Einzugsgebiets, tagt regelmässig und versucht, einen Verteilschlüssel über das ganze Gebiet zu finden. Dieser Kommission sowie dem Verwaltungsrat, ist es ein grosses Anliegen, mehr Gerechtigkeit gegenüber allen zu finden.

## Finanzen

Um die Buchhaltung einfacher und übersichtlicher zu gestalten, ist ein neues und effizienteres Buchhaltungssystem in Erarbeitung. Wir sind überzeugt, Ihnen in Zukunft viel klarer und transparenter die Zahlen präsentieren zu können. An dieser Stelle sei erwähnt, dass es nach mehreren Jahren gelungen ist, dank rigoroser und straffer Führung, den ganzen Betrieb aus eigenen erwirtschafteten Mitteln zu finanzieren und freiwillig zusätzliche Abschreibungen zu tätigen. Dies ist ein Novum und erlaubt uns, die finanziellen Mittel, die wir von der öffentlichen Hand erhalten, auftragsgerecht in Investitionen umzusetzen. Dies soll aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass wir auch in Zukunft auf diese Unterstützung angewiesen sind, wenn wir einen volkswirtschaftlichen Auftrag erfüllen und zeitgemässer werden sollen.

## Projekte

### Neubau Gondelbahn Saanenmöser-Saanerslochgrat

Das Bewilligungsverfahren ist sehr aufwändig und kompliziert. Es wurden 46 Bundesordner und unzählige Unterlagen bei den verschiedenen Ämtern als Ergänzung oder Nachtrag eingereicht. Nach dem Entscheid der Justizdirektion über das V-Bahnprojekt in Grindelwald tut sich das Amt für Gemeinde und Raumordnung «AGR» schwer, die Bewilligung für die Überbauungsordnung auszustellen. Wir hoffen auf eine baldige Bewilligung, damit anschliessend das Bundesamt für Verkehr BAV die endgültige Baubewilligung erteilen kann. Weitere Erläuterungen und Auskünfte folgen an der Generalversammlung.

### Neubau Gondelbahn Gstaad-Eggli

Hier ist die Situation identisch wie beim Neubau Gondelbahn Saanerslochgrat. Eine hängige Einsprache verkompliziert hier die Situation. Wir hoffen, dass wir bis zur Generalversammlung eine einvernehmliche Lösung vorstellen können.

An dieser Stelle gilt ein grosser Dank an die Bürger von Zweisimmen und Saanen, die die Überbauungsordnungen Saanersloch / Hornberg / Horneggli / Eggli mit sehr grossem Mehr oder sogar einstimmig genehmigt haben.

### Zu den Baustellen:

Zu den Punkten Beschneigung, Inszenierung der Sommerberge, Top4, Glacier 3000, neue Tarifstrukturen, Parkplatzbewirtschaftung, Rellerli, Partnerschaft mit GST und Marketing, Hamilton Lodge usw. werden wir Sie an der Generalversammlung orientieren.

## Schlusswort

Es ist uns und mir ein sehr grosses Anliegen, unseren Mitarbeitenden für das Einstehen für unseren Betrieb und den unermüdlichen Einsatz von Herzen zu danken. Der Dank gilt im speziellen unserem Geschäftsführer Matthias In-Albon und seinem Kader.

Matthias In-Albon und ich ergänzen uns bestens, was auch Wesentliches zum Gelingen beiträgt. Wir sind stolz, an der Spitze der BDG zu stehen und hoffen auf weiterhin grosses Vertrauen und Verständnis. Es ist uns bewusst, dass wir mit unserem Verhalten nicht immer mit offenen Armen empfangen werden. Es muss den Kritikern aber auch bewusst sein, dass unsere Aufgabe darin besteht, ein gesundes, zielorientiertes, schlankes und kosteneffizientes Unternehmen auf die Beine zu stellen. Daher hoffen wir auf Verständnis.

Zu guter Letzt gilt mein Dank meinem kompetenten Verwaltungsrat. Er ist es, der mit offenen Augen und Ohren und dem nötigen Gespür versteht, das Unternehmen BDG in die richtige „Bahn“ zu lenken. Wir arbeiten intensiv an der Umsetzung unserer Vision 2022+ „BDG ist ein Erfolgsfaktor der Destination Gstaad“ und wir sind auf dem Weg zum Ziel. In der Ferne sehen wir Licht am Horizont. Ich bleibe bei meiner Aussage von 2016:

„Gemeinsam schaffen wir das!“

Ihr Verwaltungsratspräsident der Bergbahnen Destination  
Gstaad AG

Heinz Brand







Gastfreundschaft hat bei uns den höchsten Stellenwert



## Liebe Aktionärinnen und Aktionäre

Ich danke Ihnen erneut für das Vertrauen, welches Sie uns entgegenbringen, um die grossen Herausforderungen, vor welcher die BDG stets steht, aktiv anpacken zu können. Die Bergbahnen Destination Gstaad AG kann trotz widriger Umstände einen positiven Jahresabschluss präsentieren. Der operative Betrieb konnte aus eigenen Mitteln finanziert werden. Der Umsatz ist gegenüber dem Vorjahr zwar etwas zurückgegangen, im Gegenzug konnten aber auch die Personalkosten und der betriebliche Aufwand gesenkt werden.

## Geschäftsverlauf - Finanzen

Es war ein schwieriges Geschäftsjahr, ein Jahr der Extreme. Der Winter hat im November mit viel Schnee hoffnungsvoll begonnen, es folgten Ende November der zweitgrösste Föhnereinbruch seit Messbeginn, der trockenste Dezember seit 150 Jahren sowie der kälteste Januar seit 30 Jahren. Der Februar war überdurchschnittlich warm und der März fiel zur Hälfte buchstäblich ins Wasser. Um Weihnachten und Neujahr haben wir viel Geld verloren, weil zahlreiche Pisten und Bahnen geschlossen bleiben mussten. Im Januar und Februar konnten wir einen grossen Teil wieder kompensieren. Vor diesem schwierigen Hintergrund sind wir mit einer Ertragseinbusse von CHF 600 000 (-2,6 %) gegenüber dem Vorjahr relativ glimpflich davongekommen. Im Gegenzug haben wir den Personalaufwand um 12 % (CHF -1,28 Mio.) senken können. Den Betriebsaufwand reduzierten wir um CHF 3,39 Mio. (28 %). Dies, obwohl die Ausgaben für die Beschneigung im Dezember und Januar um CHF 400 000 höher ausgefallen sind. Im Geschäftsjahr konnte somit ein Cashflow (Reingewinn + Abschreibungen) von CHF 5,118 Mio. und ein symbolischer Gewinn von über CHF 100'000 erwirtschaftet werden. Der Gewinn vor Abschreibungen und Zinsen (EBITDA) konnte gegenüber dem Vorjahr um das Vierinhalbfache verbessert werden – von 4,85 auf 22,3 %. Wir sind noch nicht dort, wo wir sein müssten. In den nächsten Jahren muss sich die BDG kontinuierlich in Richtung der angestrebten EBITDA-Marge von 30 bis 35 % bewegen. Eine nachhaltige und weiter konsequente Effizienzsteigerung ist deshalb unabdingbar.

## Beschneigung

### Umsetzung Beschneigungsprojekte 2016

Im Sommer und Herbst wurden an acht Beschneigungsprojekten in den beiden Sektoren Ost und West gearbeitet. Die letzten 100 Meter der insgesamt 1,7 Kilometer langen neuen Beschneigung Rossfälli-Chalberhöni wurden in letzter Minute vor dem ersten Schneefall fertig gestellt. Die Pumpstation Rübeldorf und die Wasserfassung im Gschwend wurden total umgebaut und in Zweisimmen musste eine Leitung um ca. 200 Meter versetzt werden. Sehr viele BDG-Angestellte haben an den einzelnen Projekten mitgearbeitet. Nahezu alle elektrischen Arbeiten haben wir an lokale Unternehmungen vergeben.

Die Sanierungen und Umbauten im Netz der Beschneigungsanlagen gehen weiter. Den Sommer 2017 nutzen wir dazu, die Beschneigung weiter aufzurüsten. Ziel ist es, auch in schneearmen Wintern den Gästen ein optimal präpariertes

Pistennetz bieten zu können. Im Sektor Ost, im Bereich Saanenmöser-Hornberg-Horneggli, werden 89 Schneischächte aus dem Jahr 1997 saniert und die Feldleitung Wasser Funi Mitte zu Dübi erneuert. Neu gebaut wird eine Wasser-Transportleitung zwischen Hornberg und Horneggli. An Schlüsselstellen in diesem Gebiet stellt die BDG von Lanzen auf Propellermaschinen um – insgesamt werden 68 überwiegend mobile Schneeerzeuger installiert. Geplant sind die Verlegung von ca. 4,5 Kilometern Stromkabel im Sektor Ost sowie der Bau einer neuen Trafostation im Seyberg, einer provisorischen im Saanenwald und der Ausbau der Trafostation im Hornberg. Zudem bedarf es 3,5 Kilometer Datenkabel, um die Steuerung der Schneeerzeuger sicherzustellen.

Im Sektor West, Eggli-La Videmanette werden ein Kilometer Strom- und 1,5 Kilometer Datenkabel verlegt werden. Auch hier werden Schneelanzen teilweise durch Propellermaschinen ersetzt.

## Gastronomie: «Mit wenig Geld einen Wow-Effekt erzielen»

Eine grosse Baustelle war die Berggastronomie. Einzelne Berghäuser waren in einem desolaten Zustand. Wir versuchten, mit möglichst wenig Geld beim Ambiente einen Wow-Effekt bei den Gästen zu erzielen. Rund CHF 1 Mio. – was in etwa den Kosten für zwei Pistenfahrzeuge entspricht – haben wir in den Umbau der drei Bergrestaurants Rinderberg-Spitz, La Videmanette und Saanerslochgrat gesteckt. Mit den neu renovierten Bergrestaurants unterstreichen wir die Positionierung von Gstaad als Genussgebiet.

### Berghaus Rinderberg-Spitz

Dank Sandstrahlung und neuem Anstrich wirkt das Restaurant nun viel heller und freundlicher. Neu installiert wurden ein Selfservicebereich mit Speisenausgabe und Bar sowie im Aussenbereich eine Holzbretterterrasse.

### Berghaus Saanerslochgrat

Alpen Chic anstelle Kantinenstil von 1980: Hier fallen die Bruchsteinmauern, der neue Teppich und die Möblierung (aus alten Gerüstbrettern) mit Schaffellen auf. Das Selbstbedienungskonzept wurde beibehalten, die Ausgabestrasse jedoch neu gestaltet.

### Berghaus La Videmanette

Bruchsteinwände und rustikale Holzmöbel geben dem bis anhin eher kühl wirkenden Raum alpinen Charme. Auf der Karte finden sich Waadtländer Spezialitäten und andere klassische Gerichte.

### Hüttenzauber neue Pächter

Sowohl das Bergrestaurant Horneggli als auch das auf dem Rinderberg-Spitz und die im Frühling erworbene Rinderberg Swiss Alpin Lodge (ehem. Hamilton Lodge) bei der Mittelstation stehen unter neuer Führung. Die BDG hat die Leitung dieser Häuser der Firma Hüttenzauber übertragen. Mit Hüttenzauber hat die BDG einen professionellen Berggastronomen gefunden, der Synergien zwischen der Lodge in der Mittelstation und dem Restaurant auf dem Rinderberg-Spitz ideal nutzen kann.

### **Renovation der Berghäuser geht weiter**

In diesem Sommer sind es die Berghäuser Wispile und Horneggli, die in ähnlichem Stil wie die anderen Berghäuser umgebaut wurden respektive noch werden. Soweit als möglich wird für diese Arbeiten wiederum eigenes Personal eingesetzt – nicht um das einheimische Gewerbe zu konkurrenzieren, sondern um die eigenen Angestellten während der «Low Saison» auszulasten oder ihnen auch im Sommer eine Einkommensquelle bieten zu können.

### **Neubau Gondelbahn Saanerslochgrat und Eggli**

Im August 2016 wurden das Plangenehmigungsverfahren für die neue Saanerslochgratbahn und im September auch jenes für die Ersatzbahn Gstaad–Eggli eingeben. Wir sind in beiden Projekten in der Genehmigungsphase und hoffen, dass wir im August mit den Vorbereitungsarbeiten für die neue Gondelbahn Saanenmöser–Saanerslochgrat starten können. Derzeit liegt der Ball beim Kanton (Stand Juli 2017). Dieser muss die Überbauungsordnung genehmigen. Erst dann kann das Bundesamt für Verkehr die Baubewilligung erteilen. Ziel ist es, dass die Gondelbahn im Winter 2018/19 in Betrieb geht, denn Betriebsbewilligung für die jetzige Bahn läuft Ende Saison 2017/18 aus. Für den Neubau der Gondelbahn Gstaad-Eggli ist nach wie vor eine Einsprache hängig.

### **Bündelung des Marketings**

Zusammen mit dem Gewerbeverein Saanenland und dem lokalen Hotelierverein haben Gstaad Saanenland Tourismus (GST) und die BDG AG die Gstaad Marketing GmbH im Sommer 2016 gegründet. In dieser neuen Vermarktungsorganisation bündeln GST und BDG ihre Marketing-Budgets und vereinen die beiden Marketing-Teams. Die Destinationsstrategie gibt der neuen GmbH die Leitplanken für ihre operative Tätigkeit. Die Gstaad Marketing GmbH wird von Andreas Wandfluh geführt.

### **Zukünftiger Schulterschluss zwischen vier grossen Skigebieten**

Angesichts der riesigen Herausforderungen im Wintertourismus war uns klar, dass ein Alleingang nicht länger in Frage kommt. Die Aufenthaltszeiten werden immer kürzer und der Radius, in dem sich die Gäste bewegen wollen, wächst. Auf die kommende Wintersaison spannen deshalb die vier Skigebiete Meiringen-Hasliberg, die Jungfrau Ski Region, Adelboden-Lenk und BDG zusammen und lancieren ein gemeinsames Saisonabonnement.

Das Kombi-Abo kostet CHF 666. Das entspricht einem Franken pro Pistenkilometer. Jugendliche bezahlen CHF 499, Kinder CHF 333. Das Abonnement gibt es nur zum Einheitstarif. Auswärtige, Einheimische, Ferienwohnungsbesitzer bezahlen entsprechend ihrer Alterskategorie alle den gleichen Betrag. Die genannten Preise sind Vorverkaufspreise. Der Vorverkauf dauert vom 1. September bis 15. Dezember 2017.

Neue Gäste zum Skifahren oder Wiedereinsteigen motivieren ist eines der Ziele des neuen Kombi-Abos. Wir erhoffen uns vor allem neue Gäste aus den Gebieten Thun, Bern, Solothurn und Basel.

### **Langfristig aus den roten Zahlen bringen**

Es bringt nichts, zurückzuschauen und den Vergleich mit den Jahren der Hochkonjunktur zu ziehen, als jedes Jahr mehr Gäste gezählt wurden. Es ist Realität, dass derzeit der Schneesportmarkt stagniert. Wir müssen ein Konstrukt auf die Beine stellen, das nicht defizitär ist und eine betriebswirtschaftliche Basis für die Zukunft bildet. Dies braucht auch weiterhin unpopuläre Massnahmen. Die neuen Gästeansprüche und die Tourismustrends erfordern von uns ein entsprechendes Geschäftsmodell. Wir können nicht jedem persönlichen Wunsch gerecht werden und müssen die gesamte Unternehmung im Auge behalten. Dafür tragen wir die Verantwortung für alle Bereiche, für die Mitarbeitenden, für die Einhaltung der rechtlichen Rahmenbedingungen, für die Finanzen, für die Sicherheit und vor allem für die Region. Wir bitten um Verständnis der Betroffenen.

### **Die Einheimischen – die wichtigsten Botschafter**

Wir haben in kurzer Zeit sehr viel verändert, vieles auf den Kopf gestellt. Es braucht nun Zeit, bis diese Veränderungen greifen. Die Bergbahnen sind ein wichtiger Leistungsträger und die Einheimischen die wichtigsten Botschafter der Destination. Wir sind auf eine neutrale bzw. positive Grundhaltung angewiesen. Die konstruktive Kommunikation der Einheimischen zu den Gästen ist ein entscheidender Erfolgsfaktor, für welchen wir dankbar sind.

Vielen Dank für Ihr Vertrauen in unsere Unternehmung. Wir haben die einmalige Chance, gemeinsam die gesamte Destination vorwärts zu bringen. Danken möchte ich allen Mitarbeitenden für Ihren Einsatz bei der BDG. Ein besonderer Dank gilt auch der operativen Leitung. Diese konnten bei vielen Mitarbeitenden Unternehmertum und Herzblut für die BDG mobilisieren. Für die konstruktive, intensive und gute Zusammenarbeit mit dem Verwaltungsrat und insbesondere mit dem Verwaltungsratspräsidenten Heinz Brand danke ich ebenfalls. Eine derartige Zusammenarbeit ist in schwierigen Zeiten enorm wichtig.

Geschäftsführer

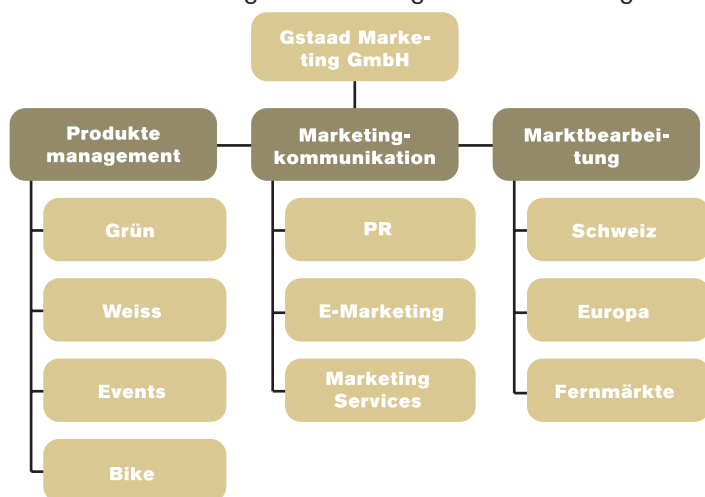
Matthias In-Albon



1. November 2016 – 30. April 2017

Zur optimierten Vermarktung der Ferienregion Gstaad haben Gstaad Saanenland Tourismus (GST), die Bergbahnen Destination Gstaad AG (BDG AG), der Hotelierverein Gstaad Saanenland sowie der Gewerbeverein Saanenland am Mittwoch, 22. Juni 2016, die Gstaad Marketing GmbH (GM) gegründet. Die neue Gesellschaft nahm zum 1. November 2016 die operative Tätigkeit auf. Sie bündelt die Marketing-Budgets der Tourismusorganisation und des Bergbahnenunternehmens. Die Marketingabteilungen der BDG und des GST umfassten gemeinsam vor der Gründung 13.3 Vollzeit- und 6 Leitungsstellen. Diese wurden auf 11.5 Vollzeit- und 4 Leitungsstellen reduziert. Während 6 Personen im Vorfeld der Neugründung eines der beiden Gründer-Unternehmen (GST / BDG) verliessen, kamen 4 neue hinzu. Gegenüber den Vorjahren wurde der Betriebsaufwand von CHF 4.5 Mio. auf budgetierte 3.8 Mio. für das laufende Geschäftsjahr um rund CHF 700'000 gesenkt (GST- und BDG-Marketing gegenüber GM).

Die Gstaad Marketing GmbH ist folgendermassen aufgebaut:



Inhaltlich lehnt sich die GM stark an die im August 2016 verabschiedete Destinationsstrategie an. Diese bietet der GM klare Leitplanken bezüglich finanzieller Aufteilung des Budgets auf Produkte und Märkte. Im Zentrum der Aktivitäten der GM steht die Vision «Gstaad ist die führende alpine Genussdestination».

## Marketingkommunikation

**Public Relations (PR):** Während das PR-Team beim GST losgelöst vom Marketing als Abteilung aufgestellt war, wurde es neu in den Bereich Marketingkommunikation integriert. Die PR-Abteilung erfüllt die Aufgaben der Pressestelle für die drei Unternehmen BDG, GST sowie GM und steuert deren interne Kommunikation, Produktkommunikation, Krisenkommunikation wie auch die Unternehmenskommunikation. Dies brachte und bringt gerade im Hinblick auf die Neustrukturierung der BDG AG einige organisatorische Herausforderungen mit sich. Mit dem noch für dieses Geschäftsjahr geplanten, strategie-orientierten Kommunikationskonzept für die BDG wird hier ein Grundstein gelegt. Neben den neuen Aufgaben konnte die PR-Abteilung in ihren

bestehenden Tätigkeiten zahlreiche Akzente für die Destination setzen. Mit der Beantwortung von ca. 80 Medienanfragen, dem Versenden von rund 30 Medienmitteilungen, der Organisation von 9 proaktiven Medienreisen, der Unterstützung von 67 reaktiven Medienreisen (Betreuung von total 139 Journalisten) und zahlreichen weiteren PR-Aktivitäten in Märkten hat sich in der Medienarbeit in diesem halben Jahr einiges getan. Hervorzuheben sind hier sicherlich auch die Medienmeetings in Berlin, Stuttgart, Düsseldorf, London und Paris zusammen mit Partnern aus der Destination sowie die gesamte Neuorganisation der Arbeitsabläufe im Zusammenspiel mit den übrigen Marketing-Kollegen.

Weiter wurden drei proaktive, internationale Gruppenmedienreisen zu spezifischen Destinationsthemen durchgeführt, eine Gruppenmedienreise speziell für grosse überregionale Medien aus der Schweiz organisiert und ein Instameet anlässlich des Snow Bike Festivals veranstaltet.

**E-Marketing:** Hier war die Weiterentwicklung der Social-Media-Aktivitäten ein Hauptfokus im ersten Halbjahr. Während bei bestehenden Kanälen Facebook, Instagram und Twitter die Schaffung von qualitativ hochwertigem Content im Zentrum stand, wurden mit LinkedIn, Pinterest, Google+ und Snapchat vier neue Kanäle erschlossen.

Bei der Webpage ist der Start zu einer sanften Reorganisation der Inhalte erfolgt. Im bestehenden Layout sollen auf den kommenden Winter Optimierungen bezüglich der Benutzerfreundlichkeit erfolgen. Im Bereich Google Adwords wurden Kampagnen zu den Themen Rennrad und Wandern im geografischen Zielmarkt Schweiz aufgegleist. Besonders erwähnenswert im Social Media Bereich ist die von der GM konzipierte und von einer Produktionsfirma umgesetzte 4-er Videoreihe mit Kuhmotiven in Bezug auf die Kernwerte der Destination. Highlight hier war das Video „Gstaad has got Snow“ mit einer Reichweite von rund 300'000 Personen allein auf der Facebookseite Gstaad – come up, slow down. Direktlink Youtube:

[https://www.youtube.com/watch?v=FkBcJ5b\\_a60](https://www.youtube.com/watch?v=FkBcJ5b_a60)

**Marketing Services:** Die Umsetzung der Winterkampagne 16/17 mit Zielmarkt Schweiz, die unter der vorigen Marketing-Konstellation konzipiert worden war, war eine erste grosse Aufgabe im Bereich Marketing Services. Online, in Printmedien und auch im TV in der Romandie war die Kampagne live. Ziel war es, Skierdays zu steigern, Marktanteile in der Westschweiz zurückzugewinnen und das Image Gstaads als Winterdestination zu stärken.

Das Reporting der Kampagne zeigte, dass in puncto Impressionen, Klicks und ausgestrahlten Werbesequenzen eine hohe Reichweite bei den relevanten Zielgruppen erzielt werden konnte (online: 1.2 Mio. erreichte Leute in der Deutschschweiz, 1.4 Mio. in der Romandie). Zum Frühling hin wurden die Weichen für eine Sommerkampagne gestellt. Aufgrund aktueller Entwicklungen wurde deren Umfang auf einen Sonderbund in der Sonntagszeitung und in Le Temps reduziert. Die Redaktionsarbeiten laufen. Die Produkte erscheinen Mitte August.

Tessa meint:

«*Wer für einen Skitag weiter weg fährt, ist ein Rindvieh.*»



Nur 80 min von Bern.

### Marktbearbeitung

Die GM investiert gemäss Destinationsstrategie 66 % ihrer Mittel in die Bearbeitung der Schweiz, 20 % in die Bearbeitung der europäischen Märkte und 14 % in die Fernmärkte. Dabei nimmt sie bei zahlreichen Massnahmen entweder selbst die Absenderrolle ein oder vermarktet Gstaad über BE! Tourismus (die kantonale Tourismusvereinigung), Schweiz Tourismus (ST) oder andere Partner.

In der Schweiz konnte mit der oben erwähnten Kampagne ein prominenter Auftritt realisiert werden. Weiter wurden über gezielte Massnahmen und Partnerschaften spezifische Produkte, Leistungsträger und Inhalte platziert. Als Beispiel hierfür ist die Partnerschaft mit der BLS, wo die GM im Quellmarkt unserer Tagesgäste zahlreiche Aktivitäten bewarb.

Im Ausland erzielte die GM durch die drei Partner-Medienagenturen in Grossbritannien, Frankreich und Deutschland eine ständige Medienpräsenz in den genannten Ländern. Die GM hatte über Schweiz Tourismus Goldpakete in den Märkten Deutschland, UK, Frankreich, Benelux, USA, GCC, Russland (alle in Kooperation mit BE! Tourismus) sowie China und Bronzepakete in den Märkten Indien und Südostasien gebucht. Diese beinhalteten unterschiedliche Massnahmen zur Bewerbung von Gstaad im Ausland wie z.B. die Integration in nationale Werbekampagnen, die Aufnahme in Unterlagen und Schulungen für den Reisefachhandel und Reiseunternehmen, Workshops und Verkaufsgespräche für Reiseunternehmen, Vermittlung von FAM-Trips, Besuch von Reiseevents, u.s.w.. Alles mit dem Ziel, Gstaad als Reise-destination im In- und Ausland bei den Reiseveranstaltern, bestehenden und potenziellen Kunden bekannt zu machen, Sehnsucht nach Gstaad auszulösen, damit eine Erhöhung der Logiernächte zu generieren sowie die Hotels bei der aktiven

Werbung für Gstaad zu unterstützen.

Ein besonderes Ereignis war die Durchführung des GCC-Workshops in Gstaad. Hierzu sind die Top-Reisefachhändler aus den Golfstaaten nach Gstaad gereist, wo sie die Schweiz im Ganzen, und mit dem Programm auch Gstaad im Speziellen kennengelernt haben. Der Event war ein Erfolg und diente der GM als Probelauf für die Bewerbung für den Snow Travel Mart Switzerland 2018. Diese wurde bei ST eingereicht, Gstaad konnte sich gegen namhafte Konkurrenz durchsetzen. Wir dürfen uns somit bereits jetzt darauf freuen, die weltweit Top-Reisefachhändler im Winterbereich im nächsten März in Gstaad Willkommen zu heissen.

Im nordamerikanischen Markt hat sich Schweiz Tourismus dieses Jahr mit einem Paukenschlag in der Bewerbung der Schweiz als Ferien- und Reisedestination hervorgetan. Eine Roadshow mit ca. 40 Schweizer Partner (Destinationen, Hotels, Bergbahnen etc.) besuchten in acht Tagen sechs Metropolen (Toronto, Chicago, New York, Boston, Los Angeles und San Francisco). Dabei konnte die Destination an jedem Event ca. 100 Reiseveranstaltern vorgestellt werden und während dem Abendessen auch detaillierte persönliche Gespräche über Gstaad geführt werden. Insgesamt wurden etwa 600 Reiseveranstalter mit dieser Aktivität erreicht und über Gstaad informiert. Diese neuen Kontakte wurden dann in der Nachbearbeitung persönlich angeschrieben. Auf die jeweiligen Fragen und Bedürfnisse hin wurden zusätzliche Informationen über Gstaad, die Hotels, Aktivitäten usw. zugestellt.

## Produktmanagement

Mit der Gründung der GM wurde im Marketing gezielt ein Schwerpunkt auf das Produktmanagement gelegt. Die vier Produktmanager fördern die Weiterentwicklung und Akquisition neuer touristisch relevanter Produkte. Skifahren, Langlauf, Wandern Radfahren, Events, Kultur, die Hotellerie sowie Gastronomie sind dabei die Lead-Produkte.

**Produkte Management Grün:** In diesem Bereich wurde die Gstaad Card für den Sommer 2017 als Ablösung der Gstaad easyaccess card entwickelt, die Positionierung der BDG-Berge in Angriff genommen (aktuell in der Konzeptphase), eine Station für die Grand Tour of Switzerland erstellt, das Zertifikat als Wellness-Destination verlängert und zahlreiche Sommerangebote am Berg umgesetzt (vom Summer-Brummer über ein Kletter- und Familienangebot bis hin zur Aufgleisung von Events).

**Produkte Management Weiss:** Das Produktmanagement Weiss war im ersten Halbjahr geprägt vom Schneemangel und der damit verbundenen Koordination, Unterstützung und Schaffung von kurzfristigen Alternativangeboten wie Schlittschuhlaufen auf den Seen oder die permanente Langlauf Cross-Loipe. Weiter konnte Nathalie von Siebenthal als Botschafterin für den Winter gewonnen und zusammen mit Schweiz Tourismus das Angebot «one day ski experience» geschaffen werden. Die Neugestaltung der Saisonabonnemente und anderer Winterprodukte ist angelaufen.

**Produkte Management Events:** Die GM konnte im Eventbereich durch die professionelle Aufgleisung der Marketingabteilung des GST bereits rasch Akzente setzen. Mit «DAS ZELT», dem GCC Workshop von Schweiz Tourismus oder «Winterzauber» wurden Events erstmals durchgeführt, die bereits vor der Gründung ihren Ursprung hatten. Die Zweitausstrahlung des Snow Bike Festivals war erneut ein medialer Glücksgriff. Gstaad war insbesondere in der Schweiz, aber auch weltweit als fortschrittliche Wintersportdestination prominent in den Medien vertreten.

Die GM hat hierbei mit zahlreichen Leistungen ihren Teil beigetragen. Dieses erste Halbjahr hat deutlich gezeigt, dass Gstaad durch eine kluge Akquise und Betreuung von Events einen grossen Schritt Richtung Ganzjahresdestination schaffen kann.

**Produkte Management Bike:** Gstaad ist führend hinsichtlich der Radsport-Kultur. In diese Richtung will sich die GM mit dem Einsatz eines separaten Produktmanagers Bike entwickeln. In die Positionierung zielt neben dem Angebot im Mountainbike Bereich auch die Entwicklung des Angebots für Rennrad und E-Bike. Neben der Schaffung von klassischen Routen ist auch das Bike-Projekt Horneggli neu lanciert worden. Hier sollen einfache Genuss-Pisten für jedermann entstehen. Auch in puncto Image und Kommunikation wurden einige Massnahmen durchgeführt. Sei dies der Besuch von Bike-Messen (Solothurn, London, Gent, Utrecht), die Durchführung eines Rennrad-Testweekends oder auch die Akquisition von weiteren Events im Bikebereich (erstmalige Ausführung Bergkönig 2017).

Die Gstaad Marketing GmbH hat Fahrt aufgenommen. Zweifelsohne kommen noch zahlreiche Herausforderungen auf das neu gegründete Unternehmen zu. Mit dem neu formierten Team, den immer klarer werdenden Strukturen und Prozessen und den geschaffenen Rahmenbedingungen wie Verträge mit Leistungsträgern und der Destinationsstrategie, sind im ersten Halbjahr die Grundsteine gelegt worden, um das Marketing für die Destination erfolgreich Gstaad Marketing zu gestalten.

Geschäftsführer Gstaad Marketing GmbH

Andreas Wandfluh



Gstaad die Genuss-Destination





# BILANZ NACH OR

in TCHF	Anhang	30.04.2016	30.04.2017
<b>Aktiven</b>			
Umlaufvermögen			
Flüssige Mittel		25'619	18'657
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.1	1'345	1'436
Übrige kurzfristige Forderungen		379	266
Vorräte		176	163
Aktive Rechnungsabgrenzungen		620	342
<b>Umlaufvermögen</b>		<b>28'139</b>	<b>20'864</b>
Anlagevermögen			
Finanzanlagen		12	12
Beteiligungen	2.2	5	30
Sachanlagen	2.3	9'274	14'069
Immaterielle Werte		61	0
<b>Anlagevermögen</b>		<b>9'352</b>	<b>14'111</b>
<b>Aktiven</b>		<b>37'491</b>	<b>34'975</b>
<b>Passiven</b>			
Fremdkapital			
kurzfristiges Fremdkapital			
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.4	3'952	1'692
Kurzfristige verzinsliche Verbindlichkeiten	2.5	1'611	1'530
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten		1'449	1'641
Passive Rechnungsabgrenzung		878	1661
Rückstellungen		345	0
<b>kurzfristiges Fremdkapital</b>		<b>8'235</b>	<b>6'524</b>
langfristiges Fremdkapital			
Langfristige verzinsliche Verbindlichkeiten	2.5	3'268	1'605
Übrige langfristige Verbindlichkeiten	2.6	1'857	2'685
Rückstellungen	2.7	2'584	2'494
<b>langfristiges Fremdkapital</b>		<b>7'709</b>	<b>6'784</b>
<b>Fremdkapital</b>		<b>15'944</b>	<b>13'308</b>
Eigenkapital			
Aktienkapital	3.8	21'382	21'382
Gesetzliche Kapitalreserve		195	195
Freiwillige Gewinnreserve			
Jahresgewinn		0	115
Freiwillige Gewinnreserve		0	115
Eigene Aktien	3.2	-30	-25
<b>Eigenkapital</b>		<b>21'547</b>	<b>21'667</b>
<b>Passiven</b>		<b>37'491</b>	<b>34'975</b>

# ERFOLGSRECHNUNG NACH OR

in TCHF	Anhang	1.5.2015-30.4.2016	1.5.2016-30.4.2017
Verkehrsertrag		15'644	14'988
Gastronomieertrag		3'071	2'594
Leistungsbeiträge der Gemeinden		3'818	3'898
Übriger Ertrag		1'633	1'797
Aktivierte Eigenleistungen		104	398
Ertrag aus Anlageabgängen		39	2
<b>Nettoerlöse aus Lieferungen und Leistungen</b>		<b>24'309</b>	<b>23'677</b>
Warenaufwand		-800	-740
Personalaufwand		-10'355	-9'080
Übriger betrieblicher Aufwand	2.7	-11'975	-8'585
<b>Betriebsaufwand</b>		<b>-23'130</b>	<b>-18'405</b>
<b>EBITDA / Betriebsergebnis 1</b>		<b>1'179</b>	<b>5'272</b>
Abschreibungen		-3'884	-5'003
<b>EBIT / Betriebsergebnis 2</b>		<b>-2'705</b>	<b>269</b>
Finanzertrag		10	19
Finanzaufwand		-478	-173
<b>ordentliches Betriebsergebnis</b>		<b>-3'173</b>	<b>115</b>
Ausserordentlicher Ertrag	3.7	47'827	0
Ausserordentlicher Aufwand	3.7	-44'654	0
<b>Jahresgewinn</b>		<b>0</b>	<b>115</b>

## 1. Grundsätze

### 1.1 Allgemein

Die vorliegende Jahresrechnung der Bergbahnen Destination Gstaad AG, 3780 Gstaad (Sitz: 3792 Saanen) wurde nach den Bestimmungen des Schweizerischen Rechnungslegungsrechts (32. Titel des Obligationenrechts) erstellt.

Die Bergbahnen Destination Gstaad AG unterstellt sich freiwillig der ordentlichen Revision. Deshalb besteht keine Pflicht zur Offenlegung einer Geldflussrechnung, der zusätzlichen Angaben im Anhang der Jahresrechnung und im Lagebericht.

Die wesentlichen angewandten Bewertungsgrundsätze sind nachfolgend beschrieben.

### 1.2 Stetigkeit in der Darstellung

Die Darstellung der Jahresrechnung wurde gegenüber dem Vorjahr teilweise angepasst, indem Bilanzpositionen zusammengefasst und die Details dazu im Anhang offen gelegt werden und Anhangsangaben neu aufgenommen wurden oder weggelassen werden konnten.

### 1.3 Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen werden zu Nominalwerten bilanziert. Die Wertberichtigung wird individuell und einzeln vorgenommen und deckt mögliche Verlustrisiken ab.

### 1.4 Vorräte

Vorräte von Handelswaren (Verkaufsartikel, Werbematerial und Waren Gastronomiebetriebe) und Betriebsmaterialvorräte (Heizöl und Treibstoffe) werden zu Anschaffungswerten oder zu den per Bilanzstichtag tieferen Marktpreisen bilanziert.

### 1.5 Sachanlagen und immateriellen Werte

Sachanlagen werden zu Anschaffungs- oder Herstellkosten erfasst und über den geschätzten Zeitraum ihrer Nutzung abgeschrieben. Auf Grundstücken besteht eine Wertberichtigung von TCHF 780, die Grundstücke werden nicht weiter abgeschrieben. Die geplanten Nutzungsdauern für die Sachanlagen und immateriellen Anlagen betragen für Entschädigungen aller Art und Rechte sowie für Stationen und Gebäude 35 Jahre, für mechanische Einrichtungen, Masten und Konzessionen 30 Jahre, für Fahrbetriebsmittel und Planungskosten 25 Jahre, für Steuerungsanlagen, elektromechanische Einrichtungen, Förderseile und übrige Anlageteile 20 Jahre, für Beschneiungsanlagen und Wasserfassungen 18 Jahre, für Strassen- und Pistenfahrzeuge sowie Mobilien 10 Jahre, für Maschinen und Geräte 7 Jahre und für Informatikanlagen und immaterielle Anlagewerte 5 Jahre.

### 1.6 Rückstellungen

Rückstellungen werden gebucht, wenn aus einem Ereignis in der Vergangenheit eine begründete wahrscheinliche Verpflichtung besteht, deren Höhe und/oder Fälligkeit ungewiss aber schätzbar ist. Die Bewertung der Rückstellung basiert auf der Schätzung des künftigen Geldabflusses zur Erfüllung der Verpflichtung. Die vorliegenden Rückstellungen decken die Kosten des Rückbaus von Anlagen sowie die Erfüllung von Auflagen des BAV ab.

## 2. Angaben, Aufschlüsselungen und Erläuterungen zu Bilanz- und Erfolgsrechnungspositionen

### 2.1 Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

	in TCHF	in TCHF
Total Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	<b>1'345</b>	<b>1'436</b>
davon gegenüber Aktionären	0	77
davon gegenüber Tarifverbund (Vorjahr Nahestehende)	1'155	1'022
davon gegenüber Dritten	190	337

### 2.2 Direkte oder indirekte Beteiligungen an Unternehmen

	Kapital- und Stimmenanteil	Kapital- und Stimmenanteil
Gstaad Bike World GmbH, Saanen, Kapital TCHF 20	25%	25%
Gstaad Marketing GmbH, Saanen, Kapital TCHF 20	0%	45%

### 2.3 Sachanlagen

	in TCHF	in TCHF
Anschaffungswerte Bahnanlagen	150'888	150'068
./. kummulierte Abschreibungen	-148'933	-149'190
Buchwert Bahnanlagen	<b>1'955</b>	<b>878</b>
Anschaffungswerte Beschneiungsanlagen	56'883	61'408
./. kummulierte Abschreibungen	-56'581	-57'268
Buchwert Beschneiungsanlagen	<b>302</b>	<b>4'140</b>
Anschaffungswerte Gastronomie	19'950	20'408
./. kummulierte Abschreibungen	-18'355	-18'243
Buchwert Gastronomie	<b>1'595</b>	<b>2'165</b>
Anschaffungswerte Grundstücke	3'783	3'783
./. kummulierte Abschreibungen	-780	-780
Buchwert Grundstücke	<b>3'003</b>	<b>3'003</b>
Anschaffungswerte diverse Sachanlagen (Fz., Geräte, und weitere Objekte)	20'615	21'782
./. kummulierte Abschreibungen	-18'662	-19'304
Buchwert diverse Sachanlagen	<b>1'953</b>	<b>2'478</b>

	2015/2016	2016/2017
Anschaffungswerte Sachanlagen im Bau	466	1'405
./. kummulierte Abschreibungen	0	0
<b>Buchwert Sachanlagen im Bau</b>	<b>466</b>	<b>1'405</b>
Total Anschaffungswerte Sachanlagen	252'585	258'854
./. kummulierte Abschreibungen	-243'311	-244'785
<b>Total Buchwert Sachanlagen</b>	<b>9'274</b>	<b>14'069</b>
davon Buchwert Sachanlagen im Leasing	916	288
<b>2.4 Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen</b>	in TCHF	in TCHF
Total Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	<b>3'952</b>	<b>1'692</b>
davon gegenüber Aktionären	65	2
davon gegenüber Nahestehenden (Geschäftsjahr Dritte)	919	0
davon gegenüber Tarifverbund (Vorjahr Nahestehende)	65	78
davon gegenüber Dritten	2'903	1'612
<b>2.5 Verzinsliche Verbindlichkeiten</b>	in TCHF	in TCHF
Total Verzinsliche Verbindlichkeiten	<b>4'879</b>	<b>3'135</b>
davon gegenüber Dritten (Darlehen) / Vorjahr Nahestehende	277	144
davon gegenüber Dritten (Leasingverbindlichkeiten)	4'602	2'991
Innerhalb eines Jahrs zur Rückzahlung fällig	1'611	1'530
Nach einem Jahr zur Rückzahlung fällig	3'268	1'605
<b>2.6 Übrige langfristige Verbindlichkeiten</b>	in TCHF	in TCHF
Total übrige Verbindlichkeiten	<b>1'857</b>	<b>2'685</b>
davon gegenüber Aktionären	1'000	2'000
davon gegenüber Dritten	857	685
<b>2.7 Übriger betrieblicher Aufwand</b>	in TCHF	in TCHF
Energieaufwand (Elektrizität, Heiz-/Brenn-/Treibstoffe)	-1'995	-2'095
Allgemeiner Betriebsaufwand	-3'606	-2'833
Unterhaltsaufwand (im Geschäftsjahr 2015/2016 sind Rückbaukosten für den Ersatz der Gondelbahn Eggli, der Gondelbahn Saanersloch sowie den Abbruch der Bahnanlagen am Rellerli in der Höhe von CHF 2.1 Mio. enthalten, zur Realisierung von Erneuerungsarbeiten aus BAV-Auflagen sind weitere CHF 0.5 Mio. enthalten)	-4'200	-1'848
Pacht, Miete, Leasing	-452	-465
Marketing und Werbeaufwand	-683	-348
Drittleistungen	-1'039	-996
<b>Total übriger betrieblicher Aufwand</b>	<b>-11'975</b>	<b>-8'585</b>
<b>3.0 Weitere Angaben</b>		
<b>3.1 Erklärung über Vollzeitstellen im Jahresdurchschnitt</b>		
Die Anzahl Vollzeitstellen beträgt im Jahresdurchschnitt wie auch im Vorjahr nicht über 250 Mitarbeiter.		
<b>3.2 Anzahl eigener Anteile, die das Unternehmen selbst und die Unternehmen, an denen es beteiligt ist, halten</b>		
	Anzahl Aktien	Anzahl Aktien
Bestand 1. Mai	489'538	491'896
Als Schenkungen erhaltene Aktien	2'958	0
Verkäufe	-600	-83'334
<b>Bestand 30. April</b>	<b>491'896</b>	<b>408'562</b>
davon selbst gehalten	491'986	408'562
Die im Geschäftsjahr verkauften Aktien wurden zu einem Kurs von CHF 0.06 pro Aktie verkauft. Dies entspricht dem Nennwert der Aktien.		

3.3	<b>Restbetrag der Verbindlichkeiten aus kaufvertragsähnlichen Leasinggeschäften und anderen Leasingverpflichtungen</b>	in TCHF	in TCHF
	Langfristige Mietverträge	143	61
	Leasingverpflichtung	4'603	bilanziert
	Total Restbetrag der Verbindlichkeiten aus kaufvertragsähnlichen Leasinggeschäften und anderen Leasingverpflichtungen	4'746	61
3.4	<b>Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen</b>	in TCHF	in TCHF
	Pensionskasse REVOR	41	49
	Pensionskasse GastroSocial	23	32
	Total Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen	<b>64</b>	<b>81</b>
3.5	<b>Gesamtbetrag der für Verbindlichkeiten Dritter bestellten Sicherheiten</b>	1'010	0
3.6	<b>Gesamtbetrag der zur Sicherung eigener Verbindlichkeiten verwendeten Aktiven sowie Aktiven unter Eigentumsvorbehalt</b>	in TCHF	in TCHF
	Anlagen im Eigenbesitz	2'803	2'803
	Grundpfandverschreibung	33'406	9'900
	davon belastete Grundpfandverschreibungen	1'010	856
	Anlagen im Leasing	916	288
3.7	<b>Erläuterungen zu ausserordentlichen, einmaligen oder periodenfremden Positionen der Erfolgsrechnung</b>	in TCHF	in TCHF
	Ausserordentlicher Ertrag		
	Überschiessender Anteil aus Aktienkapitalherabsetzung und Einzahlung Kapitaleinlagereserven, welcher nicht zur Beseitigung von Verlustvorträgen verwendet wurde	7'580	
	Rückwirkender Leistungsbeitrag Gemeinde Saanen Betrieb Rellerli	743	
	Verkauf Berghaus Rellerli	4'000	
	Darlehenserlasse Kanton Waadt	7'859	
	Schuldübernahme Darlehen Kanton Waadt/Seco durch Berner Gemeinden	7'000	
	Schuldübernahme Darlehen Kanton Waadt/Seco durch Gemeinde Rougemont	5'083	
	Schuldübernahme Darlehen AEK Bank durch Gemeinde Saanen	3'798	
	Verzicht Gemeinde Saanen auf Kaufrecht Talstation Rellerli	7'000	
	Darlehensverzicht Gemeinde Rougemont	200	
	Darlehensverzicht Kanton Bern	484	
	Darlehensverzicht Seco (Kanton Bern)	484	
	Aufwertung von Grundstücken und Gebäuden	3'017	
	Rückwirkende Forderungsverzichte Landeigentümer	579	
	Total ausserordentlicher Ertrag	<b>47'827</b>	<b>0</b>
	Ausserordentlicher Aufwand		
	Wertbeeinträchtigungen auf Sachanlagen	-19'691	
	Ausserordentliche Abschreibungen auf Sachanlagen	-24'963	
	Total ausserordentlicher Aufwand	<b>-44'654</b>	<b>0</b>

### 3.8 WESENTLICHE AKTIONÄRE (TOP 10)

	Anzahl Aktien		Kapitalanteil in %	
	30.04.2016	30.04.2016	30.04.2017	30.04.2017
Stiftung für Tourismus Saanenland	1000'000'000	28,06	100'000'000	28,06
Einwohnergemeinde Saanen	85'712'279	24,05	85'712'279	24,05
Privatperson	83'333'334	23,38	83'333'334	23,38
Commune de Rougemont	26'624'686	7,47	26'624'686	7,47
Einwohnergemeinde Zweisimmen	25'103'303	7,04	25'103'303	7,04
Einwohnergemeinde Lauenen	2'684'285	0,75	2'684'285	0,75
Privatperson	1'031'411	0,29	1'031'411	0,29
Privatperson	1'014'000	0,28	1'014'000	0,28
Einwohnergemeinde Gsteig bei Gstaad	852'715	0,24	852'715	0,24
Privatperson	835'723	0,23		
Einwohnergemeinde St. Stephan			745'278	0,21
<b>Total 10 grössten Aktionäre</b>	<b>327'191'736</b>	<b>91,81</b>	<b>327'101'291</b>	<b>91,79</b>
<b>Total Aktien</b>	<b>356'360'000</b>	<b>100</b>	<b>356'360'000</b>	<b>100</b>
<b>Weitere beteiligte Gemeinden</b>				
Einwohnergemeinde St. Stephan im Simmental	745'278	0,21		
Commune de Château-d'Oex	131'980	0,04	131'980	0,04
Commune de Rossinière	24'188	0,01	24'188	0,01

## GEWINNVERWENDUNGSVORSCHLAG

30.04.2017

Antrag über die Verwendung des Bilanzgewinnes

Gewinnvortrag  
Jahresgewinn  
Der Bilanzgewinn beträgt

in CHF

1

115'022

115'023

Der Verwaltungsrat beantragt an der Generalversammlung folgende Gewinnverwendung:

Zuweisung an gesetzliche Gewinnreserve  
Vortrag auf neue Rechnung  
Bilanzgewinn

6'000

109'023

115'023



## ***Bericht der Revisionsstelle an die Generalversammlung der Bergbahnen Destination Gstaad AG***

***Saanen***

### ***Bericht der Revisionsstelle zur Jahresrechnung***

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung der Bergbahnen Destination Gstaad AG bestehend aus Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang (Seiten 16 bis 21) für das am 30. April 2017 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

#### ***Verantwortung des Verwaltungsrates***

Der Verwaltungsrat ist für die Aufstellung der Jahresrechnung in Übereinstimmung mit den gesetzlichen Vorschriften und den Statuten verantwortlich. Diese Verantwortung beinhaltet die Ausgestaltung, Implementierung und Aufrechterhaltung eines internen Kontrollsystems mit Bezug auf die Aufstellung einer Jahresrechnung, die frei von wesentlichen falschen Angaben als Folge von Verstössen oder Irrtümern ist. Darüber hinaus ist der Verwaltungsrat für die Auswahl und die Anwendung sachgemässer Rechnungslegungsmethoden sowie die Vornahme angemessener Schätzungen verantwortlich.

#### ***Verantwortung der Revisionsstelle***

Unsere Verantwortung ist es, aufgrund unserer Prüfung ein Prüfungsurteil über die Jahresrechnung abzugeben. Wir haben unsere Prüfung in Übereinstimmung mit dem schweizerischen Gesetz und den Schweizer Prüfungsstandards vorgenommen. Nach diesen Standards haben wir die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass wir hinreichende Sicherheit gewinnen, ob die Jahresrechnung frei von wesentlichen falschen Angaben ist.

Eine Prüfung beinhaltet die Durchführung von Prüfungshandlungen zur Erlangung von Prüfungsnachweisen für die in der Jahresrechnung enthaltenen Wertansätze und sonstigen Angaben. Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemässen Ermessen des Prüfers. Dies schliesst eine Beurteilung der Risiken wesentlicher falscher Angaben in der Jahresrechnung als Folge von Verstössen oder Irrtümern ein. Bei der Beurteilung dieser Risiken berücksichtigt der Prüfer das interne Kontrollsystem, soweit es für die Aufstellung der Jahresrechnung von Bedeutung ist, um die den Umständen entsprechenden Prüfungshandlungen festzulegen, nicht aber um ein Prüfungsurteil über die Wirksamkeit des internen Kontrollsystems abzugeben. Die Prüfung umfasst zudem die Beurteilung der Angemessenheit der angewandten Rechnungslegungsmethoden, der Plausibilität der vorgenommenen Schätzungen sowie eine Würdigung der Gesamtdarstellung der Jahresrechnung. Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Prüfungsnachweise eine ausreichende und angemessene Grundlage für unser Prüfungsurteil bilden.

#### ***Prüfungsurteil***

Nach unserer Beurteilung entspricht die Jahresrechnung für das am 30. April 2017 abgeschlossene Geschäftsjahr dem schweizerischen Gesetz und den Statuten.

## ***Berichterstattung aufgrund weiterer gesetzlicher Vorschriften***

Wir bestätigen, dass wir die gesetzlichen Anforderungen an die Zulassung gemäss Revisionsaufsichtsgesetz (RAG) und die Unabhängigkeit (Art. 728 OR) erfüllen und keine mit unserer Unabhängigkeit nicht vereinbaren Sachverhalte vorliegen.

In Übereinstimmung mit Art. 728a Abs. 1 Ziff. 3 OR und dem Schweizer Prüfungsstandard 890 bestätigen wir, dass ein gemäss den Vorgaben des Verwaltungsrates ausgestaltetes internes Kontrollsystem für die Aufstellung der Jahresrechnung existiert.

Ferner bestätigen wir, dass der Antrag über die Verwendung des Bilanzgewinnes dem schweizerischen Gesetz und den Statuten entspricht, und empfehlen, die vorliegende Jahresrechnung zu genehmigen.

PricewaterhouseCoopers AG



Peter Held  
Revisionsexperte  
Leitender Revisor



Yvonne Jost

Bern, 23. Juni 2017



# UMBAU/ SANIERUNG RINDERBERG-SPITZ



# UMBAU/ SANIERUNG SAANERSLOCHGRAT



# UMBAU/ SANIERUNG WISPILE



# UMBAU/ SANIERUNG VIDEMANETTE



# RINDERBERG SWISS ALPINE LODGE





## Neue Seilbahntechnologie D-Line

Die neue Seilbahn-Generation „D-Line“ mit Glasstationsabdeckung von der Firma Garaventa in der Schweiz erstmals bei uns im Saanerslochgrat realisiert. Die D-Line ist eine zukunftsweisende Seilbahntechnologie mit überzeugenden Eigenschaften: Höchster Fahrgastkomfort, leiser Betrieb, einfache und zeitsparende Wartung und noch vieles mehr machen die D-Line zur First-Class. Die Bauteile und Elemente der D-Line erstrahlen in neuem Design, ihre verbesserten Funktionen eröffnen neue Möglichkeiten. Ob Stationen, Kuppelklemmen oder Rollenbatterien – die D-Line beeindruckt in jeder Hinsicht. Die neue 10er-Kabine bietet noch mehr Platz und der Betrieb wird noch zuverlässiger als bis anhin.

## Technische Details zur neuen Gondelbahn

Die 10er-Gondelbahn charakterisiert sich durch eine 2'860 m lange Strecke in zwei Sektionen mit rund 675 m Höhendifferenz. Das System mit einer Spur von 6.5 m führt über 16 Stützen. Im Endausbau ist die Anlage mit 46 Gondeln ausgestattet und befördert 2000 Personen pro Stunde.

## Architektur

Es wurde klar definiert, dass insbesondere die Talstation ins Ortsbild passen soll. Dementsprechend haben die Architekten von Jaggi & Partner AG einen Baustil gewählt, der dieser Anforderung gerecht wird. Das ausgeprägte Satteldach lehnt sich an den ortsüblichen Stil an. Speziell prägend für das Gebäude ist die westwärts gerichtete Hauptfassade, welche durch ihre Verglasung eine grosse Transparenz darstellt, Licht ins Innere des Gebäudes lässt und den Charakter des Gebäudes unterstreicht. Dank der gedrehten First richtet sich das Gebäude somit vorwiegend auf die wiederkehrenden Skifahrer von Westen aus. Die dahinterliegende Bahntechnik zeigt sich vom Gebäude unabhängig mit einer transparent verglasten Metall-Glasstruktur. Grosse Holzträger prägen sowohl das Erscheinungsbild der West- und Ostseite als auch den grosszügigen und hellen Innenraum. Dank diesen statischen Holzelementen sind keine weiteren Stützen in den Zirkulationsräumen nötig. Das Holz, als einheimisches Gestaltungselement, gibt der Station eine warme, ortstypische und freundliche Ausstrahlung. Die gleiche Formsprache wurde für die Bergstation übernommen. Das Gebäudevolumen umfasst die Bahntechnik dreiseitig. Die Station wird ebenfalls mit einem Satteldach und grosszügig verglasten Fassadenelementen versehen. Die statischen Holzträger sind wiederum sowohl im Innern als auch an den Fassaden erkennbar und raumbestimmend. Die auskragende Wirkung der Bergstation betont deren Situation auf der Hangkante. Die glasverkleideten Bahntechnikanlagen kommen hauptsächlich in der Mittelstation beim Umlenken der Leitungsführung zur Geltung.





## **Porsche designt Egli-Panoramagondeln**

Die neue Transportanlage von der Firma Bartholet Seilbahnen am Gstaader Hausberg Egli ist die erste 10er-Gondelbahn mit Panoramagondeln „Design by Porsche Design Studio“. Die modernen Kabinen, welche Technik mit Style und Komfort verbinden, werden in Seftigen bei Thun in der Produktionsstrasse von Gangloff Cabins produziert. Die Panoramagondeln wurden gemeinsam mit dem renommierten Designstudio „Porsche Design Studio aus Zell am See“ entwickelt und unterscheiden sich deutlich von herkömmlichen Gondeln. Dank einem neuartigen Federungssystem sowie einem speziell grosszügigen Interieurdesign wird ein ganz neues Fahrgefühl erreicht. Um der hohen Qualitätsanforderung gerecht zu werden, werden die Gondeln mit diversen Sonderausstattungen wie beispielsweise mit Sicherheits-Verbund-Glas, Komfortsitzen und Beleuchtung ausgerüstet.

## **Technische Details zur neuen Gondelbahn**

Die 10er-Gondelbahn charakterisiert sich durch eine knapp 1'500 m lange Strecke mit rund 500 m Höhendifferenz. Das System mit einer Spur von 6,5 m führt über 11 Stützen. Im Endausbau ist die Anlage mit 24 Gondeln ausgestattet und befördert 1200 Personen pro Stunde.

## **Architektur**

Fünf im Sannenland ortsansässige Architekturunternehmen haben am Ideenwettbewerb für die Talstation Egli teilgenommen und sehr gute Projekte und Ideen eingereicht. Das auserwählte Projekt der Reichenbach Architekten AG hat das Optimum an Platzbedarf des Gebäudes herausgeholt. Die neue Station wird am gleichen Standort wie die alte Station ersetzt -nah am Dorf und doch ein wenig distanziert, mit einer eindrücklichen Sicht auf die Waldschneise und das Egli. Speziell erwähnenswert ist, dass sich die Bahn nicht nur für Skifahrer eignet, sondern vor allem auch für Gäste, welche im Bergrestaurant die Sonne geniessen und etwas konsumieren möchten. Denn in diesem Projekt wurde ein hoher Stellenwert auf eine elegante, zeitgemässe und schlichte Erscheinung des Gebäudes gelegt. Assoziationen zu den ausgebreiteten Kranich-Flügeln des Wappentieres von Saanen liegen beim Anblick der Hauptfassaden nahe. Das Projekt spielt mit Kontrasten in der Fassadengestaltung. Der Besucher wird von den hellen Eingängen hingezogen, der Ablauf ist selbsterklärend. Im Vergleich zu den alten Seilbahnstationen wird im neuen Projekt sehr viel Licht in den Innenraum fallen.

