

# GESCHÄFTSBERICHT 2007/2008

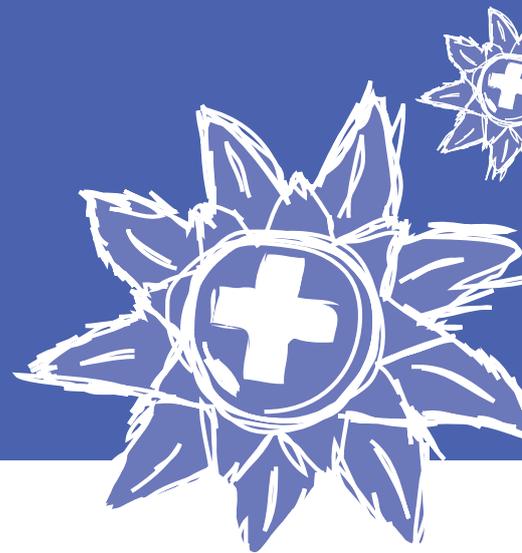


GSTAAD®  
COME UP – SLOW DOWN

## INHALT

1. BRIEF AN DIE MITGLIEDER	2
2. TOURISTISCHER LAGEBERICHT IN KÜRZE	3
3. TÄTIGKEITSBERICHT	
3.1. Organigramm	5
3.2. Vorstandstätigkeit	5
3.3. Geschäftsleitung	7
3.4. Marketing	9
3.5. Medienarbeit & PR	12
3.6. Call Center & Reservation	14
3.7. Gästeberatung & Ticketing	16
3.8. Infrastrukturen & Events	18
3.9. Finanzen & Administration	20
3.10. Lehrlings-Ausbildung	21
3.11. Dorfgenerationen	22
4. JAHRESRECHNUNG 2007/08	24
5. PROTOKOLL DER 15. ORDENTLICHEN HAUPTVERSAMMLUNG 2008	32
6. GESCHÄFTSFÜHRUNGS- UND VERWALTUNGSORGANE	38
7. TOURISMUS-STATISTIK	39
8. WELCOME CARD	42

# 1. BRIEF AN DIE MITGLIEDER



Liebe Mitglieder

Das Tourismusjahr 2007/08 wird als Rekordjahr in die Annalen der Destination Gstaad eingehen. Bei den Aufenthaltsgästen konnten die guten Vorjahreswerte noch übertroffen werden und die massgeblich auch von Tagesgästen frequentierten Bergbahnen fanden nach dem schneearmen Winter 2006/07 auf ihren Wachstumspfad zurück. Dieses Spitzenergebnis gründet einerseits darin, dass Gstaad dank stetig steigender Qualität und Attraktivität stark im Trend liegt. Massgeblich zum Spitzenjahr beigetragen haben aber auch besonders günstige Einflussfaktoren wie eine starke wirtschaftliche Verfassung, ein attraktiver Euro-Kurs, gut liegende Ferientermine sowie hervorragende Schnee- und Wetterverhältnisse im Winterhalbjahr. Zum Erfolg der Destination beigetragen hat auch Gstaad Saanenland Tourismus. Im Berichtsjahr wurden in verschiedenen Tätigkeitsfeldern Aufgaben optimiert und Leistungen ausgebaut. Herausragend waren sicherlich die beiden Gebiete PR / Medienarbeit sowie Web-Marketing. In beide für das Individualgästemarketing essentiellen Bereiche flossen deutlich mehr Arbeitszeit und finanzielle Mittel. Der Erfolg blieb nicht aus und war bereits nach kurzer Zeit messbar. Weitere Informationen dazu enthält dieser Geschäftsbericht.

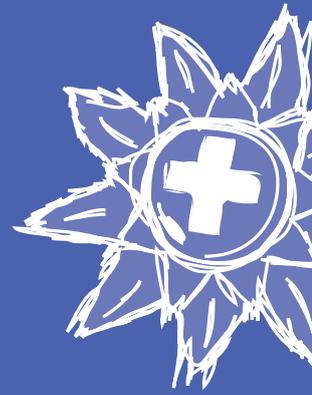
Auch im neuen Geschäftsjahr wird Gstaad Saanenland Tourismus daran arbeiten, die Destination weiter vorwärts zu bringen und eigene Leistungen zu optimieren. Diesbezüglich wurde wiederum ein umfassender Jahres-Zielkatalog definiert. Zu den herausragenden Zielen gehören unter anderem die Schärfung des Profils unserer Region im Wachstumsmarkt Nachhaltigkeit, Anstrengungen zur Profilierung als Bike-Region sowie

Arbeiten zur Schaffung eines neuen Saisonrand-Events.

Infolge der rasch voran schreitenden weltweiten Finanz- und Wirtschaftskrise verdüstern sich die Aussichten für die Tourismusbranche. Wir sind jedoch überzeugt, dass Gstaad auch in einem schwieriger werdenden Umfeld gute Karten hat. Dies vor allem deshalb, weil unsere Region touristisch nicht einfach «me too» bietet, sondern sich klar unterscheidet und konsequent in Qualität investiert. Diesen Weg wollen wir mit unserer eingespielten Crew und unseren Partnern weiter begleiten. In diesem Sinne bedanken wir uns ganz herzlich bei unseren Mitstreitern innerhalb und ausserhalb von Gstaad Saanenland Tourismus.

Andrea Scherz, Vizepräsident

Christoph Ringier, Vizepräsident



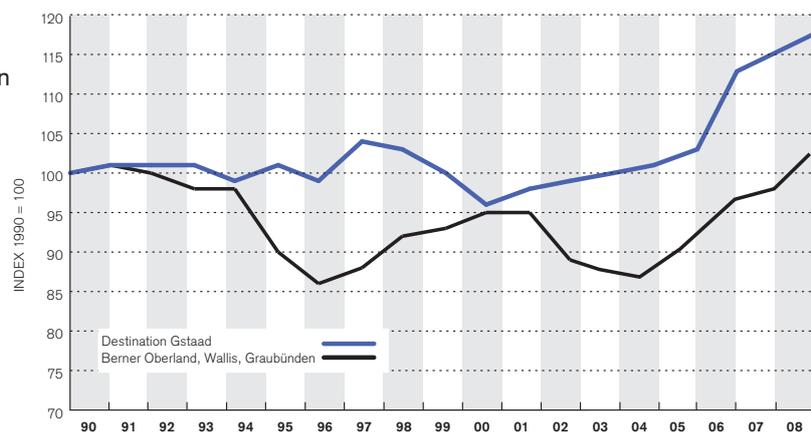
## 2. TOURISTISCHER LAGEBERICHT IN KÜRZE

### Destination Gstaad bleibt bei Aufenthaltsgästen trendy

Die positive Entwicklung der Destination Gstaad der vergangenen Jahre setzte sich auch im Tourismusjahr 2007/08 fort. Im Berichtsjahr nahmen die Hotelübernachtungen sowie die Auslastung der Hotelbetriebe weiter zu. Mit einem Plus von 1,6 % lag der Zuwachs allerdings nicht mehr auf dem Niveau der Vorjahre und fiel erstmals seit längerem hinter die Wachstumsraten von Graubünden, Wallis und Berner Oberland zurück.

#### Entwicklung Hotelübernachtungen

Quelle: 90-04: BAK Basel Economics Tourism Benchmark;  
ab 05/06: Logiernächtestatistiken Destination Gstaad und  
Bundesamt für Statistik BFS

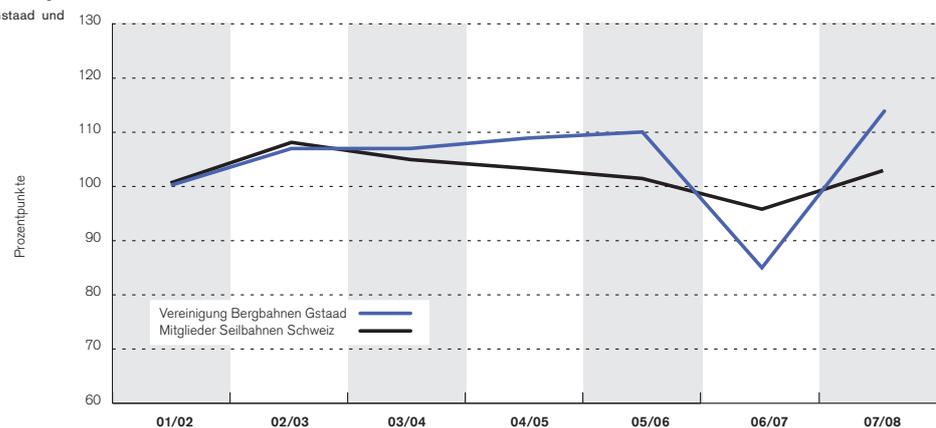


### Rückkehr der Winter-Tagesgäste

Nach dem massiven Ertragseinbruch im Vorjahr, der vornehmlich auf deutlich weniger Tagesgäste zurückzuführen war, legten die Bergbahnen im Tourismusjahr mit 33 % mehr Umsatz massiv zu. Sie kehrten wieder auf den langfristigen Trendpfad mit kontinuierlichem leichtem Wachstum zurück, der über der Entwicklung des Gesamtmarktes liegt.

#### Umsatzentwicklung Bergbahnen

Quelle: Verband Seilbahnen Schweiz & Erfolgsrechnung Vereinigung Bergbahnen Gstaad und Umgebung

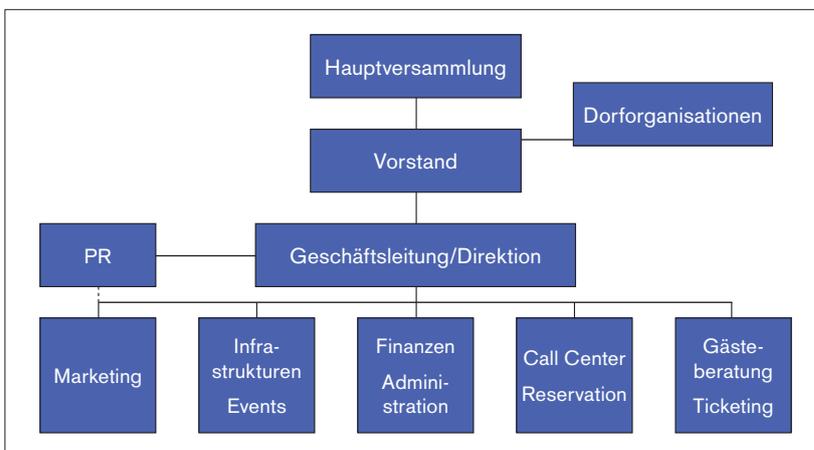




# 3. TÄTIGKEITSBERICHT

You

## 3.1. Organigramm



## 3.2. Vorstandstätigkeit

### Aufgaben

Als strategisches Führungsorgan setzt der Vorstand Leitlinien und Eckpunkte und überwacht die Geschäftsleitung in der operativen Führung der Gesellschaft. Darüber hinaus beeinflusst er Themen, die für die touristische Entwicklung der Gesamtdestination wesentlich sind. Der Vorstand hat als Gesamtgremium im Berichtsjahr fünf Mal regulär getagt. Darüber hinaus fanden diverse ausserordentliche Sitzungen in themenabhängiger Zusammensetzung statt.

### Herausgegriffen

#### • Destinationsverdichtung im Kanton Bern

Der Kanton Bern hat 2008 die Tourismusdestinationen aufgefordert, sich zu grösseren Einheiten mit stärkerer Marketingschlagkraft zusammenzuschliessen. Regierungsrat Andreas Rickenbacher, Volkswirtschaftsdirektor, hat als Ziel die Entstehung von drei Destinationen im Berner Oberland sowie zwei weiteren im restlichen Kanton Bern formuliert. Obwohl der Kanton keinen konkreten Destinationsverdichtungsauftrag an Gstaad formuliert hat (Gstaad erfüllt aus Sicht des Destinationsmarketings bereits die meisten erforderlichen Kriterien für eine schlagkräftige Destination), hat GST Chancen und Gefahren für eine engere Zusammenarbeit mit den Nachbardestinationen Pays d'Enhaut bzw. Lenk-Simmental geprüft. Erkenntnis: Ein Zusammenschluss bzw. eine intensive Zusammenarbeit bringt mehr Gefahren

## Mitglieder Vorstand



Christoph Ringier  
Vizepräsident



Andrea Scherz  
Vizepräsident



Andreas Hurni, Mitglied,  
Präsident ab 1.1.2009



Michael Kneubühler  
Mitglied

### 3. TÄTIGKEITSBERICHT

als Vorteile. Grund: Die Basis an einsetzbaren Marketingmitteln für die grössere Gesamtdestination würde zwar im besten Fall um ca. 50% wachsen. Dafür müsste mit einer teuren Mehrmarkenstrategie gefahren werden. Zudem besteht die reale Gefahr einer Verwässerung der sehr profilierten Marke Gstaad.

#### • **Strategische Entwicklung von GST**

GST hat sich in den vergangenen 10 Jahren von einem typischen Verkehrsverein mit rein allgemein-nützigen Aufgaben zu einer Service-Organisation entwickelt. Im Auftrag und gegen Bezahlung durch Dritte werden heute Aufgaben wie Ticketverkauf, Marketing, Informationstechnologie-Leistungen oder administrative Leistungen erbracht. Der über GST abgewickelte Umsatz stieg von ca. 5 Mio. auf über 15 Mio. CHF. Die Wahrnehmung derartiger Aufgaben stiftet für die Region insgesamt Nutzen. Sie beinhaltet aber für GST auch Konfliktpotenzial. Um die weitere Entwicklung abschätzen zu können, wurden im vergangenen Geschäftsjahr Aufgabenfelder bei Leistungsträgern ermittelt, bei denen eine zentrale Aufgabenwahrnehmung von Vorteil sein könnte. Diese liegen nach bisherigen Erkenntnissen z.B. bei Dienstleistungen in den Bereichen Verkauf, Call Center, Personal, Einkauf und Informationstechnologie. Die vorliegenden Erkenntnisse sollen im Sinne einer gesteuerten Unternehmensentwicklung weiter verdichtet werden.

#### • **Unterstützung von regionalen Infrastrukturprojekten**

GST hat sich im Berichtsjahr für diverse Infrastrukturprojekte mit touristischem Nutzen eingesetzt. Das herausragendste und auch mit den meisten Konflikten beladene war das Investitionskonzept «Konzentration» der Bergbahnen Destination Gstaad AG bis ins Jahr 2018. Die Ausgangslage dafür ist komplex und in der aktuellen Wirtschaftslage schwierig zu kommunizieren. Mit der wenn auch knappen Zustimmung der Stimmbürger konnten wichtige Weichen gestellt werden. GST wird die Umsetzung des Konzeptes begleiten und sich dabei für Qualität einsetzen.

#### • **Campingplatz Saanen: Sanitär- und Betriebsgebäude**

Im Berichtsjahr sorgte GST als Besitzer dieser Einrichtung für den Neubau des Sanitär- und Betriebsgebäudes. Damit erreicht der Campingplatz wieder einen modernen Standard. Das neue Gebäude erfüllt eine weitere Vorgabe des Vorstands: Es beinhaltet zusätzlich zwei Wohnungen für Einheimische und trägt somit zur Entspannung in diesem problematischen Bereich bei. Der erste Ausbauschnitt mit Boden Anpassungen, Terrassierungen, Hochwasserschutz und der Schaffung von 19 neuen Stellplätzen war im Vorjahr 2006/07 erfolgt.

#### • **Weitere Zunahme von markenrechtlichen Herausforderungen**

GST ist Eigentümer der Marke Gstaad. Eingetragen in internationalen Registern sind diverse Bildmarken sowie die Wortmarke Gstaad. Im Berichtsjahr verzeichnete GST einen neuen finanziellen Rekorderfolg für den Markenschutz. Es fällt auf, dass die Zahl der Unternehmen und Personen wächst, die die Marke Gstaad für eigene Zwecke nutzen. Aus diesem Grund wird GST in Abstimmung mit der Gemeinde Saanen die Nutzung der Marke Gstaad noch stärker als bisher kontrollieren und reglementieren.



Eric Oehrli  
Mitglied



Emanuel Raaflaub  
Mitglied



Jürg Schwenter  
Mitglied



Andrea Sprenger  
Mitglied

### 3.3. Geschäftsleitung

#### Aufgaben

Die aus dem Direktor und den Bereichsleitern bestehende Geschäftsleitung ist das operative Führungsgremium von GST. Sie arbeitet und entscheidet im Rahmen von Leitlinien, Jahres-Zielsetzungen und Budgets.

#### Herausgegriffen

- **Umbau und Erweiterung der Führungscrew**

Im Berichtsjahr erfuhr die operative Führungsmannschaft von GST einen massgeblichen Umbau und eine Erweiterung. Aufgrund der gestiegenen Bedeutung der Medien- und Öffentlichkeitsarbeit wurde der Bereich Marketing in die zwei Bereiche Marketing und PR aufgeteilt und als Leiterin PR mit Kerstin Sonnekalb eine Medienfachfrau eingestellt. Als Nachfolger für den ausgetretenen langjährigen Marketingleiter Eduardo Zwyssig konnte mit Reto Tschannen ein versierter Marketingmann gewonnen werden. Zudem übergab Direktor Roger Seifritz seine Leitungsfunktion ad interim des Bereichs Call Center & Reservation an Nicolina Wiedemeier.

- **Management Review nach zertifiziertem ISO-Prozess**

Im Berichtsjahr fand die Management-Jahresplanung bereits zum vierten Mal nach dem zertifizierten Planungsprozess gemäss ISO 9001:2000 statt. Dieser dient dazu, die strategischen und operativen Jahresziele von GST auf effektive Herausforderungen auszurichten und Nachhaltigkeit zu erreichen. In die Zielsetzungs- und Massnahmenplanung fliessen ein: die ausgewerteten Ergebnisse aller Gästebeschwerden und der positiven Rückmeldungen im Vorjahr, der Vergleich von etwa 100 Kennzahlen der verschiedenen Tätigkeitsbereiche, die Ziel-Erreichungskontrolle des Vorjahres und die Leitlinien des Vorstands. Im Management Review-Prozess des Berichtsjahrs fiel besonders auf, dass die Zahl der bei GST eingehenden Gästebeschwerden kontinuierlich sinkt und bei einer Reihe von Kennzahlen weitere Fortschritte gemacht werden konnten.

- **Ausbau Destinations-PR**

Mit der Schaffung der vom Marketing abgelösten PR-Abteilung wird dem Bereich Medien- und Öffentlichkeitsarbeit seit Januar 2008 noch mehr Bedeutung beigemessen. Im Berichtsjahr lag der Fokus der Abteilung auf der Intensivierung der touristischen Angebots-PR in den Märkten. Eine Erweiterung der Aufgaben auf die Bereiche Unternehmens-PR und Destinations-PR werden folgen.

#### Geschäftsleitung

(Stand 31.10.08)



Roger Seifritz  
Direktor



Michel Matti  
Vizedirektor, Leiter Finanzen/  
Infrastrukturen



Kerstin Sonnekalb  
Leiterin PR



Reto Tschannen  
Leiter Marketing



Simone Tüscher  
Leiterin Gästeberatung/  
Tourismusbüros



Nicolina Wiedemeier  
Leiterin Call Center/  
Reservation



Auf Einladung des Schweizer Generalkonsuls Josef Renggli (links) knüpft Gstaad bei der Veranstaltung «Bern zu Gast in Stuttgart» Kontakte in Baden-Württemberg.



Die nationale Verkaufsförderung war u.a. geprägt durch die Präsenz an diversen Publikums- und Ferienmessen.

### 3.4. Marketing

#### Aufgaben und Aktivitäten

Der Funktionsbereich Marketing betreute inklusive des Marketing-Mandates der Vereinigung der Bergbahnen von Gstaad und Umgebung (VBG) ein Sachmittel-Budget von über 2 Mio. CHF. Das Tätigkeitsfeld des Bereichs umfasste im Berichtsjahr:

- **Markenschutz**

Überwachung des reglementkonformen Gebrauchs der durch GST international eingetragenen Marken «Gstaad» (Wortmarke), «Gstaad, come up – slow down» (Bildmarke) und des Claims «come up, slow down». Zu den Aufgaben zählt auch die Abwehr von Missbrauch und die Lizenzierung des Gebrauchs.

- **Marktforschung und -beobachtung**

Dem Beobachten der Entwicklung von Zielmärkten und Markt-Trends kommt eine entscheidende Rolle zu. Gäste-Erwartungen werden im Rahmen repräsentativer Untersuchungen ermittelt.

- **Produktion und Distribution von Werbemitteln**

GST produziert und vertreibt eine breite Palette von Werbemitteln wie Image-Broschüren, Prospekte zum Angebot von Hotels, Appartements und Ferienunterkünften, die saisonale Kundenzeitschrift READ ME, diverse Angebots-Flyer, Informationskarten zu den Bergbahnen und zur allgemeinen Infrastruktur (Winter & Sommer), eine Info-DVD und Plakate. Die Distribution läuft über eigene Verkaufsförderungskanäle an nationale und internationale Stellen (z.B. Tourismusbüros, Bahnhöfe, Autobahnraststätten etc.) und das Mailinghouse von Schweiz Tourismus in der ganzen Welt.

- **Betrieb Internetplattform [www.gstaad.ch](http://www.gstaad.ch)**

Die Inhaltsbereiche und Funktionalitäten der Internet-Plattform [www.gstaad.ch](http://www.gstaad.ch) wurden kontinuierlich optimiert und mit der Lancierung einer komplett neuen Plattform am 6. Dezember 2008 auf ein technisch und inhaltlich verbessertes Niveau gehoben. Dazu gehören auch eine nahezu tägliche Redaktion in drei Sprachen, der monatliche Versand von Newsletters sowie das Suchmaschinen-Marketing.

- **Produkte-Bündelung**

Die Gstaad easyaccess card bündelt Angebote von Bergbahnen, öffentlichem Verkehr und weiteren Leistungsträgern zu einem preislich attraktiven Paket, das vornehmlich durch Familien und mittelständische Kunden genutzt wird. Gstaad wird dadurch im Sommer für diese Gäste finanziell kalkulierbarer. GST betreut dabei das Marketing und die Administration.

- **Werbung international**

GST beteiligte sich an den Programmen der nationalen Tourismusmarketingorganisation Schweiz Tourismus «Winter», «Berge» (Sommerkampagne) und „Kulinarische Reisen“.

#### Mitarbeiter

(Stand 31.10.08)



Reto Tschannen  
Bereichsleiter



Carol Prochaska  
Projekte Marketing



Denise Gysi  
Marketing Bergbahnen



Sonja Häussler  
Marketingassistentin



Tanja Romang  
Marketingassistentin

### 3. TÄTIGKEITSBERICHT

#### • **Werbung Schweiz**

Zu den zentralen Aktivitäten in diesem Sektor gehörten eine Nebensaison-Inseratekampagne im September und Oktober 2008 in den Räumen Basel und Genf (Angebote in den Bereichen Wellness, Wandern, Kulinarik und Bike) sowie eine Lokalradio-Werbekampagne in Kooperation mit den Bergbahnen auf der Achse von Basel bis Genf (zusammen mit Alpes Vaudoises). Weitere zentrale Tätigkeiten waren das Sponsoring von Sendegefässen in diversen Lokalradios (z.B. Wetterbericht Radio 32 Solothurn, Schneesportbericht Capital FM).

#### • **Verkaufsförderung international**

GST nutzte als Plattform die drei Kampagnen «Winter», «Berge» (Sommer) und «Kulinarische Reisen» von Schweiz Tourismus. Im Rahmen des Pakets «Kulinarische Reisen» profiliert sich Gstaad weiter als Gastronomie-Hochburg. Für den im Vorjahr beschlossenen verstärkten Einstieg in Frankreich erfolgte eine Beteiligung am Frankreich-Package von Schweiz Tourismus.

#### • **Verkaufsförderung Schweiz**

Die nationale Verkaufsförderung war geprägt durch die Präsenz an diversen Publikums- und Ferienmessen, «Guerilla-Marketing»-Einsätzen in Bern, Thun, Biel, Solothurn und Fribourg, diversen Aktionen auf der Achse Basel-Genf mit Lokalradios (z.B. Fussball-Natibus-Spiel Radio 32, Wettbewerbe Radio BeO) – alle im Auftrag der Bergbahnen. Darüber hinaus liefen diverse Cross-Promotionsaktionen mit Wirtschaftspartnern (z.B. Peugeot Schweiz), Medien (z.B. Zeitschrift Schweizer Familie) und touristischen Anbietern (z.B. Montreux Jazz Trains mit MOB., Snow&Rail). Im September und Oktober fand eine Inseratekampagne in den vier Feldern Wellness, Kulinarik, Wandern und Bike statt. Mit WHITE BULL konnte im Auftrag der Bergbahnen ein Schneezug-Konzept lanciert werden, das beim Publikum grossen Anklang fand und in den Medien grosse Aufmerksamkeit erzeugte.

#### • **Zustandsbericht Anlagen / Wintersportbericht**

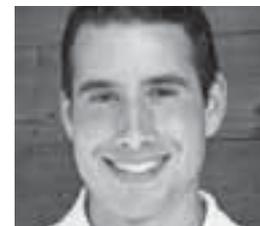
In Kooperation mit den Bergbahnen Betrieb des Informationssystems Infobase for Mountains, das durch eine Telefon-Infoline 033 748 82 82 ergänzt ist.

### **Herausgegriffen**

#### • **Neue Webplattform**

www.gstaad.ch ist Gstaads Fenster zur Welt mit täglich zwischen 2'000 und 12'000 Besuchern. Im Tourismusjahr 2007/08 haben 4.5 Mio. Webuser die Plattform genutzt. Für mehr als die Hälfte der erstmalig in die Region reisenden Gäste ist die Internetplattform wesentlicher Auslöser für ihren Ferienentscheid. Vor diesem Hintergrund evaluierte GST im Berichtsjahr verschiedene Möglichkeiten, die Gstaader Webseite auf ein neues Fundament zu stellen. Die Zielsetzung war mehr Flexibilität, eine weiter verbesserte Besucherführung, eine intensivere Bildsprache sowie bessere Multimedia-Möglichkeiten bei gleichzeitiger Ausdehnung des Informationsgehalts. Mit Schweiz Tourismus konnte ein geeigneter und versierter Webpartner gefunden werden. Die Zusammenarbeit hat für GST verschiedene Vorteile. So profitiert GST jeweils von den aktuellsten Features der Webabteilung der nationalen Tourismusmarketingorganisation und kann auf einen eigenen Webpublisher

### **Mitarbeiter** (Stand 31.10.08)



Loic Fahrni  
Praktikant



Claudia von Grünigen  
Polygrafin



Gstaad öffnet das neue Fenster zur Welt: Der Aufbau des neuen Web-Auftritts war ein Kraftakt für das GST-Team.

mit technischem Hintergrund verzichten. Zwecks weiterer Steigerung der Webzugriffe arbeitet GST im Jahr 2009 fokussiert an der Suchmaschinen-Optimierung (Google etc.) sowie dem Weiterausbau des Webauftritts. Der Aufbau der Seite in nur vier Monaten war ein Kraftakt. Neben dem üblichen Geschäft leisteten über 20 Mitarbeiter insgesamt mehr als 3'500 Arbeitsstunden für total 1'050 Einzelseiten in drei Sprachversionen mit insgesamt mehr als 10'000 weiterführenden Links.

#### • **Überarbeitung des visuellen Erscheinungsbildes Werbung**

Das 1999 beschlossene visuelle Erscheinungsbild für Werbemittel wurde im Berichtsjahr überprüft und komplett überarbeitet. Auslöser war die ständig gewachsene Anzahl von Werbe-Anwendungen, bei denen die Handhabung des Bestehenden CD/CI immer wieder individuell zu erläutern war. Die detaillierte Analyse der Situation (Erarbeitung eines Portefeuilles der denkbaren Anwendungen und Test-Umfragen zu Erscheinungsbildern) führte zur Entscheidung, in Zukunft mehrstufig zu fahren. Gstaad wird im Bereich Image nach wie vor mit intensiven Schwarz-Weiss-Bildern arbeiten und auch das bekannte «YOU»-Signet weiter verwenden. Sobald jedoch konkrete Produkte oder Menschen (Aktivitäten) ins Spiel kommen, sollen Kombinationen von Farbe und Schwarz-Weiss-Bezug zur Anwendung gelangen.

### 3. TÄTIGKEITSBERICHT

#### 3.5. Medienarbeit & PR

##### Aufgaben und Aktivitäten

Der im Berichtsjahr neu geschaffene Funktionsbereich PR ist zuständig für die Medienarbeit von GST. Das Tätigkeitsfeld des Bereiches umfasste im Berichtsjahr:

- **Medientext- und Bild-Datenbank**

Die Datenbank an themenbezogenen Standard-Medientexten sowie Bilddaten, die von Medien bezogen werden können, wurde komplett überarbeitet und deutlich erweitert. Den Medien steht somit ein breites Reservoir an Basis-Informationen für Geschichten zur Verfügung.

- **Medienmitteilungen**

Die Schaffung der PR-Stelle erlaubt ein schnelleres Handeln in der Medienlandschaft innerhalb der Schweiz wie auch in den Zielmärkten. Im Berichtsjahr wurde die Zahl der Medienmitteilungen von 24 im Vorjahr auf 96 vervierfacht.

- **Medienagenturen**

GST verfügt in Frankreich, Deutschland und Grossbritannien über eigene Medienagenturen, mit denen die Verträge im Berichtsjahr neu abgesteckt wurden. Daraus entstanden total 29 länderspezifische Medienmitteilungen und Medienreisen.

- **Medienevents**

Als Verstärkung des Engagements in Frankreich fanden im Berichtsjahr zwei Medienveranstaltungen statt, eine davon als Pressekonferenz in Paris sowie ein PR-Event mit dem Institut le Rosey als Partner. Der Besuch auf der Internationalen Tourismusbörse Berlin (ITB) brachte zahlreiche interessante Kontakte zu deutschen Journalisten, die zu einer redaktionellen Berichterstattung führten.

- **Medienreisen / Reportagen / Fam Trips**

Im Berichtsjahr organisierte die PR-Abteilung detaillierte Medienreisen in der Region für 24 Journalisten (Vorjahr 8), vorwiegend aus den Ländern Deutschland, Frankreich und England. Daneben betreute sie 149 Personen im Rahmen von Fam Trips.

- **Medienanfragen**

Gstaad war auch im Tourismusjahr 2007/08 ein Hype. Das PR-Team wickelte weit über 100 Medienanfragen zu verschiedensten Themen ab.

- **Sonstige Tätigkeiten**

Zu den PR-Aufgaben gehört auch das Überarbeiten und Formulieren diverser Texte, mittels derer GST die Region auf anderen Plattformen vermarktet, sowie der Schliff an den Texten auf der neuen Web-Seite.

#### Mitarbeiter

(Stand 31.10.08)



Kerstin Sonnekalb  
Bereichsleiterin



Marlène Müller  
PR-Assistentin

### Herausgegriffen

Gerade die französischen Journalisten haben während des Besuchs in der Region ihr Bild von Gstaad deutlich revidiert. Sie waren erstaunt, dass Gstaad gar nicht die «Bling-Bling»-Destination ist, wie sie in französischen Medien aufgrund der Diskussionen um Johnny Hallyday dargestellt worden war. Charme und Authentizität konnten überzeugen.

Gstaad ist nicht nur «bling-bling»: Die Journalisten-Gruppe aus Frankreich genießt alpine Echtheit im Molke-Bad auf der Alp Turnels.





Beim Beantworten von Kundenanfragen per E-Mail ist das Team Spitze. Bei einem Mystery-Check belegte GST Platz 3 unter 5'000 befragten Tourismusorten.

### 3. TÄTIGKEITSBERICHT

#### 3.6. Call Center & Reservation

##### Aufgaben und Aktivitäten

Die Abteilung Call Center & Reservation hat für die Region eine Schlüsselfunktion. Sie ist erste telefonische Anlaufstelle für viele Gäste und potenzielle Kunden und behandelt eine weiterhin steigende Anzahl von E-Mails und Post. Das Tätigkeitsfeld im Überblick:

##### • Kundenberatung

Die Abteilung Call Center & Reservation ist das «Tor zu Gstaad» und beantwortet je nach Saisonzeit täglich bis zu mehrere hundert Telefonanrufe, E-Mails, Faxe und Briefe. Neben seiner Informations- und Beratungstätigkeit erarbeitete das Team im Berichtsjahr 3'500 Kundenangebote.

##### • Vermietung Ferienwohnungen

GST vermietet 230 Ferienwohnungen mit total über 1'200 Betten. Im Berichtsjahr erfolgten 1'284 Appartement-Buchungen. Diese brachten den Ferienwohnungsvermietern, die dem System angeschlossen sind, zusätzlich zur Eigenbelegung eine durchschnittliche Belegung in Höhe von 25 % im Verhältnis zu den verfügbaren Betten.

##### • Hotel-Reservation

Über die zentrale Hotelreservation erfolgen hauptsächlich (Erst-)Buchungen, bei denen der Kunde nicht selbst recherchieren möchte. Zusätzlich spielt sie bei Kurzfristbuchungen eine wesentliche Rolle. Die zentrale Hotelreservation ist damit ein Convenience-Instrument, das den Kunden rasch zum Ziel bringt. Im Berichtsjahr erfolgten 1'095 Buchungen. Damit ging die Anzahl der Buchungen erstmals seit fünf Jahren wieder zurück (- 13 %).

#### Mitarbeiter (Stand 31.10.08)



Nicolina Wiedemeier  
Bereichsleiterin



Susanne Grunder  
Fachleiterin Reservation



Tanja Schallenberg  
Call Center/Reservation

- **Gruppen- und Firmenanfragen**

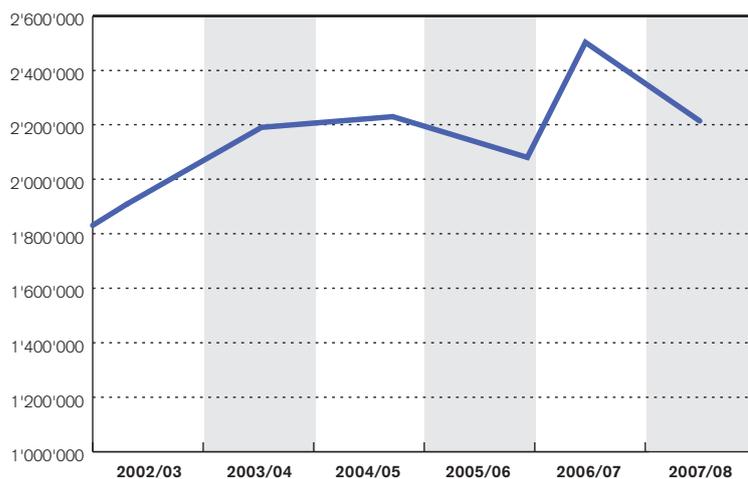
Im Berichtsjahr bearbeitete der Bereich 243 (Vorjahr 246) Anfragen von Gruppen und Unternehmen. Diese führten zu 46 Buchungen in der Region.

### Herausgegriffen

- **Entwicklung Direktreservation**

Der Umsatz der Direktreservation nahm im Berichtsjahr gegenüber dem Vorjahr um 12 % oder CHF 300'343 ab (siehe auch Grafik). Dieser Wert gibt die Wirklichkeit allerdings verzerrt wieder, gehen doch knapp CHF 400'000 des Vorjahresumsatzes auf das zentral abgewickelte Beherbergungsmanagement Beach Volleyball WM zurück. Tatsächlich stieg damit der Umsatz Direktreservation gegenüber dem Vorjahr um 19 %. Dieser Erfolg ist vor allem einer noch konsequenteren Kontingentsbewirtschaftung zuzuschreiben.

#### Mehrjahresvergleich Umsatz ab 2002 / 2003



- **Mehr Reservationen online**

Der Wert der Onlinereservationen über [www.gstaad.ch](http://www.gstaad.ch) steigt kontinuierlich. Im Berichtsjahr erreichte der Anteil Online-Reservationen mit 54 % einen neuen Rekordwert.

- **Call Center**

Im Incoming konnte das Call Center seine Bereitschaft dank diverser Massnahmen weiter erhöhen. So konnten 94 % aller Anrufe auf die Hauptnummer 033 748 81 81 innerhalb von durchschnittlich 8,5 Sekunden persönlich entgegen genommen werden.

### Mitarbeiter

(Stand 31.10.08)



Simone Riedmüller  
Call Center/Reservation



Michaela Winkler  
Call Center/Reservation



Carmen Hauswirth  
Call Center/Reservation



Marleen Fässler  
Praktikantin



Agnes Wyss (links) und Rita Hehlen bilden das neue Team im Tourismusbüro Saanenmöser. Das Angebot umfasst dort auch Post- und Bahndienstleistungen.

### 3. TÄTIGKEITSBERICHT

#### 3.7. Gästeberatung & Ticketing

##### Aufgaben und Aktivitäten

Die Abteilung Gästeberatung und Ticketing ist verantwortlich für die Tourismusbüros in den Dörfern Gstaad, Saanen, Schönried, Saanenmöser, Gsteig und Laenen. Die sechs Aussenstellen betreuen im Berichtsjahr über 80'000 Kunden. Konkrete Zahlen liegen für das grösste Tourismusbüro in Gstaad vor. 59'331 Gäste (Vorjahr 59'312) nutzten die angebotenen Dienstleistungen.

##### • Beratungs- und Verkaufsleistungen

Die in den Tourismusbüros angebotenen Beratungs- und Verkaufsleistungen unterscheiden sich je nach Standort:

###### Gstaad

In Gstaad erfolgt die touristische Information und Beratung, die Reservation von Hotels und Ferienwohnungen, der Abonnement- und Ticketverkauf für die Bergbahnen (VBG) und diverse Veranstaltungen. Das Schalter-Team verkauft unter anderem auch Wanderkarten, Bücher und Boutique-Artikel.

###### Saanen und Schönried

Neben der touristischen Information und Beratung erfolgt hier die Reservation von Hotels und Ferienwohnungen, der Ticketverkauf für diverse Veranstaltungen sowie der Verkauf von Karten und Boutique-Artikeln.

#### Mitarbeiter (Stand 31.10.08)



Simone Tüscher  
Bereichsleiterin



Cornelia Gübeli  
Ticketing 60%



Barbara Rubin  
Fachleiterin Ticketing



Lisa Fäh  
Ticketing/Direktionsassistentin



Christine Eymann  
Schalter/Ticketing



Marlis von Grünigen  
Schalter/Ticketing



Ingrid Schwitzgebel  
Schalter/Ticketing

### **Saanenmöser**

Die Palette umfasst touristische Information und Beratung, die Hotel- und Ferienwohnungsreservation. Zusätzlich offeriert das GST-Büro Dienstleistungen als offizielle Agentur der Schweizerischen Post und Bahnhofs-Dienstleistungen im Auftrag der Montreux Oberland Bahn.

### **Gsteig und Lauenen**

Die touristische Anlaufstelle für Gsteig und Lauenen ist in der Filiale der Saanen Bank untergebracht. Verfügbar ist die komplette Palette touristischer Information und Beratung.

### **• Ticketing Gstaad**

Das Tourismusbüro Gstaad wickelt im Mandatsverhältnis den Vorverkauf sowie den Ticketverkauf diverser Unternehmen und Organisationen ab. So sind im Vorverkauf Saisonabonnemente, Mehrtages- und Tageskarten der Bergbahnen erhältlich. Ebenso erhalten Kunden Eintrittskarten für die Gstaader Grossveranstaltungen Menuhin Festival, Allianz Suisse Open, Country Night und Somnets Musicaux sowie für weitere lokale und nationale Veranstaltungen (Ticket Corner). Inzwischen setzt das Ticketing Gstaad jährlich über 6.5 Millionen CHF um.

Zu den Aufgaben im Bereich Ticketing gehört auch der Verkauf von Bergbahn-Tickets.



Stephanie Richner  
TB-Leiterin Saanen/Schalter



Nicole Dubi  
TB-Leiterin Schönried



Agnes Wyss  
TB-Leiterin Saanenmöser



Rita Hehlen  
TB Saanenmöser



Kathrin Hauswirth  
TB-Leiterin Gsteig



Elisabeth Brand  
TB-Leiterin Lauenen



Der Abriss des Springrichterturms der ehemaligen Mattenschanze war eines der besonderen Projekte für die GST-Werkgruppe.

### 3. TÄTIGKEITSBERICHT

#### 3.8. Infrastrukturen & Events

##### Aufgaben und Aktivitäten

GST betreibt, unterhält und pflegt mit seiner Werkgruppe und mehreren Subunternehmern diverse touristische Basisinfrastrukturen im Saanenland.

##### • Betrieb von Infrastrukturen

###### Winterwanderwege

Zusammen mit diversen Subunternehmern und in Abstimmung mit privaten Weggenossenschaften wurden im Berichtsjahr 179 Kilometer Winterwanderwege verschiedener Schwierigkeitsgrade unterhalten. GST-Mitarbeiter waren während 1'215 Stunden im Einsatz. Total mussten für die Pflege der Winterwanderwege 1'946 Arbeitsstunden aufgewendet werden.

###### Langlaufloipen

GST unterhält im Saanenland ein Langlaufloipennetz mit 52 Kilometern klassischer und Skating-Loipenspuren. An den fünf Standorten Schönried-Saanenmöser, Gstaad bis Gsteig, Laenen, Turbach und Flugplatz Saanen stehen fünf Loipenmaschinen zur Verfügung. Die Anzahl der Loipenbetriebstage stieg gegenüber dem Vorjahr um 20.8 % auf 128 Tage an. Die Zahl der geleisteten Arbeitsstunden stieg um 15 % auf 1'159 Stunden. Die Langlaufkontrolleure waren während 428 Stunden auf den Loipen. Im Ganzen konnten 633 Saisonpässe und 3'977 Tageskarten verkauft werden.

###### Sportanlagen

Teilweise mit Partnern als Auftragnehmer betreibt GST die Tennisplätze in Saanen, Schönried und Saanenmöser sowie die beiden Natureisbahnen Schönried und Saanenmöser. Die beiden Natureisbahnen können von Gästen und Einheimischen gratis benutzt werden.

###### Kinderspielplätze

Die Werkgruppe und die Beauftragten betrieben in Saanenmöser, Schönried, Saanen, Gstaad, Gsteig, Turbach und Laenen insgesamt zehn Kinderspielplätze. Für die Bereitstellung und Wartung der Anlagen, Ordnung und Sauberkeit wurden 987 Arbeitsstunden geleistet.

#### Mitarbeiter (Stand 31.10.08)



Michel Matti  
Bereichsleiter



Tony Ryter  
Chef Werkgruppe



Peter Oehri  
Mitarbeiter Werkgruppe



Auf dem Campingplatz Saanen muss das alte Sanitärgebäude einem modernen Bau weichen.

#### **Ruhebänke und Feuerstellen**

Im Gebiet des Saanenlands betreut die GST-Werkgruppe 14 offizielle Feuerstellen. Sie stellt dort die Versorgung mit Brennholz sicher und sorgt für Ordnung und Sauberkeit. Zusätzlich liegt die Wartung von mehr als 200 Ruhebänken in ihrer Obhut. Dafür haben die Mitarbeiter im Berichtsjahr 1'594 Arbeitsstunden aufgewendet.

#### **• Dienstleistungen**

Die Werkgruppe erbringt neben dem Betrieb eigener Infrastrukturen vielfältige weitere Dienstleistungen. Im Berichtsjahr wurden z.B. 936 Stunden für Veranstaltungen investiert.

#### **Herausgegriffen**

##### **• Schneereicher Winter hält Wegmeister auf Trab**

Die hervorragende Wintersaison 2007/08 bescherte den Mitarbeitern der Werkgruppe einen deutlichen Anstieg des Arbeitspensums für Wartung und Unterhalt. Bis Anfang April waren beispielsweise die Loipenspur-Maschinen im Einsatz. Der Abriss des Springrichterturms der nicht mehr nutzbaren Mattenschanze oberhalb der Talstation Eggli gehörte zu den besonderen Herausforderungen im Berichtszeitraum.



Christian Sami  
Mitarbeiter Werkgruppe



Markus Schwizgebel  
Mitarbeiter Werkgruppe



Erich Schafroth  
Mitarbeiter Werkgruppe

### 3.9. Finanzen & Administration

#### Aufgaben und Aktivitäten

Der Funktionsbereich Finanzen und Administration nimmt folgende Aufgaben wahr:

- **Rechnungswesen**

Die Abwicklung des GST-Zahlungsverkehrs zählt zu den zentralen Aufgaben. Die Mitarbeiter dieses Bereichs erledigen auch die Abrechnung der Direktreservierung, des Event-Ticketings, diverse Teilbuchhaltungen (z.B. Welcome-Card-System, Gstaad easyaccess card oder Dorforganisationen). Für GST erledigen sie die Betriebsabrechnung und die Finanzbuchhaltung. Die Kurtaxenverwaltung umfasst das Erfassen der Zahlungspflichtigen, die Veranlagung, Rechnungsstellung sowie das Inkasso. Gleiche Vorgänge werden im Bereich der Tourismusförderungsabgabe bearbeitet.

- **Welcome-Card-System**

Die Mitarbeiter dieser Abteilung kümmern sich auch um die Administration des Welcome-Card-Systems, sorgen für die Zustellung der jeweiligen Leistungspakete, bearbeiten Kundenkontakte und akquirieren neue Welcome-Card-Inhaber.

- **Informationstechnologie**

In den Bereich Administration fällt auch der Betrieb der Informationstechnologie mit Server-Farm, Voice over IP-Telefonie, Netzwerk und Anwendungssoftware.

#### Herausgegriffen

- **Wachsende Verantwortung in der Informationstechnologie**

Die Bedeutung der Informationstechnologie und der damit verbundene Aufwand sind in den vergangenen Jahren stark gewachsen. Die IT-Stelle von GST betreibt ein komplexes IT-Netzwerk für die Partner im Haus des Gastes Gstaad (Bergbahnen, GST und Menuhin Festival). Eingebunden in dieses Netzwerk sind inklusive Remote-Schnittstellen unter anderem alle Aussenbüros von GST und den Bergbahnen (VBG, BDG AG) mit über 100 Arbeitsplätzen, diversen Livecams, den Zutrittsstellen SKIDATA in den Skigebieten, dem touristischen TV-Infokanal «Gstaad TV» und diversen regionalen Info-Anzeigetafeln.

#### Mitarbeiter (Stand 31.10.08)



Michel Matti  
Bereichsleiter



Andrea Riggerbach  
Fachleitung Buchhaltung



Alexandra Gygax  
Kurtaxen



Cornelia Gübeli  
Buchhaltung 40%



Adrian Naegeli  
Verantwortlicher IT

### 3.10. Lehrlings-Ausbildung

GST bildet fünf bis sechs Lehrlinge aus. Jeder durchläuft während seiner dreijährigen Ausbildungszeit alle Geschäftsbereiche und erwirbt sich damit ein solides Wissen für den weiteren Berufsweg. Durch die intensive Lehrzeit mit unzähligen anspruchsvollen Kundenkontakten in mehreren Sprachen sind GST-Lehrlinge gern gesehene Arbeitskräfte.

Der Einstieg in die Berufslehre ist sowohl für die Auszubildenden als auch die unterstützenden Mitarbeiter herausfordernd. Da der Start in die Berufslehre Anfang August mitten in die Sommer-Hochsaison fällt, gibt es keine Schonfrist. Vom ersten Tag an müssen GST-Lehrlinge an der Front eingesetzt werden. Sie können infolge des hohen Volumens, das es dabei zu bewältigen gilt, nur beschränkt auf Unterstützung zählen. Doch nur im Wasser lernt man schwimmen....

Eine Ausbildung bei GST ist fundiert und anspruchsvoll:  
Vom ersten Tag an sind die Lehrlinge an der Front eingesetzt.



### Mitarbeiter

(Stand 31.10.08)



Michel Oehri 3. Lehrjahr



Alexandra Trachsel 3. Lehrjahr



Pascal Bieri IT/EDV



Michel Hediger 2. Lehrjahr



Jasmin Beetschen 1. Lehrjahr



Lea Donizetti 1. Lehrjahr

### 3.11. Dorfgenerationen

#### Aufgaben und Aktivitäten

GST verfügt in jedem Dorf der Ferienregion Gstaad über Dorfgenerationen. Gemäss dem statutarischen Auftrag sind diese zuständig für den Ortsschmuck im öffentlichen Raum, die Stammgästepflege und lokale Veranstaltungen. Darüber hinaus haben sie ein waches Auge auf die lokale touristische Infrastruktur. Details sind in den Dorf-Geschäftsberichten zusammengefasst. Die Schwerpunkte der einzelnen Dorfgenerationen im Überblick:

#### • Gstaad

Geprägt von Staub, Lärm, Baustellen und Verkehrsstaus war das Jahr 2008 eine Herausforderung, das Dorf in gewohnter Frische zu zeigen. Verschiedene Events bildeten wieder den Schwerpunkt im Aufgabenbereich. Der Apéro für die Dorfvereinsmitglieder und Stammgäste anlässlich des Beach-Volleyball-Turniers wie auch die 1.-August-Feier waren sehr gut besucht und verschiedene Konzerte auf dem Kapälliplatz fanden guten Zuspruch. Neu war im Sommer 2008 der Glacier 3000 Run, dessen Teilnehmerzahl die Erwartungen übertraf.

#### • Saanen

Der Bau der Umfahrungsstrasse und der Fernheizung hat 2008 begonnen. Die Bewältigung der daraus resultierenden Verkehrsprobleme war nicht immer einfach. Trotzdem waren Märkte, die Nationalfeier, der Brocante, verschiedene Konzerte und die Saaner Abesitze gut besucht. Im Gewerbe setzte der Trend, Liegenschaften teuer zu verkaufen, früher ein als erwartet.

#### • Schönried

Nach dem «SIE und ER»-Rennen wurde ein Gäste-Apéro offeriert. Beim Wettbewerb «Schneemann bauen» waren der Fantasie keine Grenzen gesetzt. Erfolgreich verlief auch der Foto-Wettbewerb mit 29 eingereichten Bildern. Die Feier zum 1. August fand beim Spielplatz statt. Die Gnuss-Wanderig fiel wegen mangelndem Interesse aus. Das Dorf wurde wie jedes Jahr mit Blumenschmuck verschönert. Dem Ziel «Wanderweg Haltewald – vom Lädeli zum Solsana» nähert sich Schönried nur sachte. An die Loipenbeleuchtung hat man sich schon so gewöhnt, dass der Dekorationseffekt bald grösser ist als das Licht für die Langläufer. Zur Verbesserung des Trassees für die schwarze Loipe arbeitet die Dorfgeneration an einer neuen Brücke in der Waldmatte.

#### • Saanenmöser

Die Neugestaltung des Bahnhofs wird als gelungen gelobt. Der Anblick der Baugrube Hotel Bahnhof ist jedoch weiterhin unattraktiv. Der 1. August 2008 war erneut ein Grossefolg mit Gästeapéro, Marktständen, Ponyreiten und Musik, als Neuheit bewährte sich die Konzentration der Marktstände auf das Dorfzentrum und eine zeitweilige neue Linienführung der Dorfstrasse. Die 2. Gnuss-Wanderig wurde wegen zu geringer Teilnehmerzahl abgesagt. Die Kooperation mit der Dorfgeneration Schönried hat gut geklappt. Auf dem Tennisplatz können die Gäste nun an 7 Tagen pro Woche reservieren. Elisabeth von Siebenthal war für die Blumenpracht im Dorf verantwortlich.



- **Gsteig**

Die Winter-Anlässe waren gut besucht. Die letzte Woche im Januar war geprägt von der Langlauf-Schweizermeisterschaft. Die Winterbeleuchtung wurde mit einer neuen Beleuchtungsschlange ausgerüstet. Nicht einverstanden zeigt sich die Dorfgeneration mit der Schliessung des Massenlagers im alten Schulhaus. Seit dem Sommer sind in Feutersoey Erika Hauswirth und in Gsteig Brigitte Linder für die Blumenpflege verantwortlich. Die Alpkäsereibesichtigungen waren noch nie so gut besucht wie diesen Sommer. Zum Programm gehörte das Alphornkonzert am 17. Juli, der 1. August, das Animationsprogramm in Gsteig zum Glacier 3000 Run. Die Abrechnung des Arnenseebusses weist das kleinste Defizit seit Beginn vor 11 Jahren auf.

- **Lauenen**

Zu den Höhepunkten unter den Veranstaltungen gehörte der Lauener-Langlauf und die Delegiertenversammlung Loipen Schweiz. Für den prächtigen Geranienschmuck im Dorf sorgte Walter Reichenbach. Den Grossanlass am 1. August besuchten sehr viele Gäste. Im Herbst wurde auf der Gelten ein neuer Wanderweg durch das Rottal und Furgentäli erstellt. Zum Jahresabschluss fand ein Gästeapéro beim Skilift Lauenen statt.

- **Turbach**

Das Tal profitierte vom prächtigen Wetter. Den Filmvortrag von Martin Hauswirth, Bergbauer aus Lauenen, wurde wiederum von zahlreichen Gästen und Einheimischen besucht. Die 1.-Augustfeier fand in der gut besuchten Wintermatte statt. Beim Laternenumzug haben viele Kinder mitgemacht und später den schönen Regenbogen über dem 1.-Augustfeuer bestaunt. Volkstümlich klang der gemütliche Abend aus. Das Projekt Rundholzhäuschen beim Brätelplatz zusammen mit der Wirtschaftlichen Genossenschaft kommt gut voran. Der Dorfplatz ist auch dieses Jahr bestens von unserem Gärtner betreut worden.

- **Abländschen**

Das Jahr 2008 hat einige Turbulenzen gebracht. Die Wanderwege waren rechtzeitig instand gesetzt. Am 1. Juli verwüstete ein Hagelwetter den Brätelplatz im Herrenschwändli. GST übernahm die Instandstellung in Höhe von mehreren Tausend Franken. Das 1.-Augustfest war gut besucht. Der Wanderweg Abländschen–Jaun kommt wegen des schlechten Kosten-Nutzenverhältnisses nicht zur Ausführung. Nun soll ein gekiester Wanderweg grösstenteils entlang der Fahrstrasse angelegt werden. Die Schneeschuhroute wird angepasst. Es ist nun vorgesehen, geführte Abendwanderungen mit anschliessendem Fondue im Zitbödeli zu organisieren.



# 4. JAHRESRECHNUNG 2007/08



## 4.1. Bilanz

	Bilanz 31.10.07	%	Bilanz 31.10.08	%
<b>AKTIVEN</b>	<b>6'177'807</b>	<b>100.0%</b>	<b>6'664'450</b>	<b>100.0%</b>
UMLAUFVERMÖGEN	974'702	15.8%	1'601'343	24.0%
Flüssige Mittel	72'209	1.2%	568'979	8.5%
Forderungen	746'772	12.1%	862'258	12.9%
Warenvorräte	106'997	1.7%	90'815	1.4%
Aktive Rechnungsabgrenzung	48'725	0.8%	79'292	1.2%
ANLAGEVERMÖGEN	5'203'105	84.2%	5'063'107	76.0%
Finanzanlagen	20'100	0.3%	20'100	0.3%
Mobile Sachanlagen	56'000	0.9%	49'502	0.7%
Fahrzeuge	37'000	0.6%	33'500	0.5%
Immobilien Haus des Gastes	4'000'000	64.7%	3'850'000	57.8%
Übrige Immobilien	1'090'005	17.6%	1'110'005	16.7%
<b>PASSIVEN</b>	<b>6'177'807</b>	<b>100.0%</b>	<b>6'664'450</b>	<b>100.0%</b>
KURZFRISTIGES FREMDKAPITAL	2'066'315	33.4%	2'281'230	34.2%
Kurzfristiges Fremdkapital	1'431'666	23.2%	1'638'575	24.6%
Passive Rechnungsabgrenzung	634'649	10.3%	642'655	9.6%
LANGFRISTIGES FREMDKAPITAL	3'203'450	51.9%	3'300'350	49.5%
Darlehen öffentliche Hand	560'000	9.1%	545'000	8.2%
Hypotheken / Bankkredite	2'567'000	41.6%	2'567'000	38.5%
Rückstellungen langfristig	76'450	1.2%	188'350	2.8%
EIGENKAPITAL	908'042	14.7%	928'486	13.9%
Vereinsvermögen	755'417	12.2%	755'417	11.3%
Kontokorrent Dorfgenerationen	152'626	2.5%	173'069	2.6%
UNTERNEHMENSGEWINN	–	0.0%	154'384	2.3%

4.  
JAHRESRECHNUNG 2007/08

**4.2. Erfolgsrechnung**

	Rechnung 2005/06	Rechnung 2006/07	Rechnung 2007/08
<b>BETRIEBSERTRAG</b>	<b>10'343'494</b>	<b>11'056'039</b>	<b>11'014'517</b>
Ticket- und Warenverkauf	1'876'832	1'958'029	1'983'058
Kurtaxen netto	2'395'913	2'475'982	2'699'390
Marketingleistungen	182'858	157'348	109'982
Gemeinden & Kanton Bern	1'046'736	1'135'332	1'144'785
Tourismusförderungsabgabe	1'115'310	1'144'869	1'186'602
Direktreservation	2'063'014	2'505'793	2'136'153
Übrige Dienstleistungen	325'929	335'435	410'165
Liegenschaften	331'958	342'930	321'585
Welcome & easyaccess cards	779'677	801'978	827'008
Dorforganisationen	225'268	198'342	195'790
<b>SACHAUFWAND BETRIEB</b>	<b>6'512'406</b>	<b>6'936'241</b>	<b>6'513'530</b>
Ticket- und Warenaufwand	1'724'650	1'834'347	1'813'999
Gäste Information und Animation	142'961	174'947	157'834
Touristische Infrastrukturen	336'826	287'092	293'594
Marketing und Projekte	1'399'322	1'330'768	1'301'173
Direktreservation	1'903'702	2'308'767	1'924'132
Welcome & easyaccess cards	779'677	801'978	827'008
Dorforganisationen	225'268	198'342	195'790
<b>BRUTTOERGEBNIS 1</b>	<b>3'831'089</b>	<b>4'119'798</b>	<b>4'500'987</b>
<b>MITARBEITERAUFWAND</b>	<b>2'400'298</b>	<b>2'614'643</b>	<b>2'905'621</b>
<b>BRUTTOERGEBNIS 2</b>	<b>1'430'791</b>	<b>1'505'155</b>	<b>1'595'366</b>
<b>SONSTIGER BETRIEBSAUFWAND</b>	<b>1'119'737</b>	<b>1'164'996</b>	<b>1'233'187</b>
Raum-, IT- & Administrativaufwand	812'599	821'554	834'534
Liegenschaftsaufwand	307'138	343'441	398'653
<b>BETRIEBSERGEBNIS EBITDA</b>	<b>311'054</b>	<b>340'159</b>	<b>362'179</b>
<b>FINANZERFOLG</b>	<b>277'887</b>	<b>233'030</b>	<b>207'795</b>
Finanz-, Zins- & Leasingaufwand	114'144	105'950	98'653
Abschreibungen	156'771	117'345	102'372
Neutraler Erfolg	6'972	9'735	6'770
<b>UNTERNEHMENSGEWINN</b>	<b>33'167</b>	<b>107'130</b>	<b>154'384</b>
<b>CASH FLOW</b>	<b>319'949</b>	<b>404'879</b>	<b>504'134</b>

4.

JAHRESRECHNUNG 2007/08

**4.3. Detail öffentlich rechtliche Erträge**

	Rechnung 2005/06	Rechnung 2006/07	Rechnung 2007/08
<b>Kurtaxen netto</b>	<b>2'395'913</b>	<b>2'475'982</b>	<b>2'699'390</b>
<b>ERTRAG KURTAXEN BRUTTO</b>	<b>2'515'689</b>	<b>2'599'781</b>	<b>2'834'332</b>
Ertrag Kurtaxen HOTEL	1'055'915	1'103'034	1'110'556
Ertrag Kurtaxen Chalet / Fewo	167'589	130'377	6'789
Ertrag Krtx Gruppen / Camping	124'274	119'047	110'490
Ertrag Krtx Angehörigenpauschalen	1'167'911	1'247'324	1'606'497
<b>./. ANTEIL KURTAXEN EASYACCESS</b>	<b>-119'776</b>	<b>-123'799</b>	<b>-134'942</b>
<b>Gemeinden &amp; Kanton Bern</b>	<b>1'046'736</b>	<b>1'135'332</b>	<b>1'144'785</b>
Gemeindebeitrag Saanen	750'000	750'000	750'000
Gemeindebeitrag Lauenen	40'000	40'000	40'000
Gemeindebeitrag Gsteig	20'000	30'000	30'000
Gemeindebeitrag Zweisimmen	60'000	60'000	60'000
Kt.Bern Beherbergungsabgabe	176'736	255'332	264'785
<b>Tourismusförderungsabgabe</b>	<b>1'115'310</b>	<b>1'144'869</b>	<b>1'186'602</b>
Auswärtige Geschäftsbeiträge	25'226	20'665	28'674
TFA Saanen / Lauenen / Gsteig	783'083	817'204	850'928
TFA Beitrag Hotelierverein	240'000	240'000	240'000
TFA Zweisimmen	67'000	67'000	67'000

#### 4.4. Abschreibungstabelle

	Bilanzwert 01.11.2007	Zuwachs 07/08	Wert per 31.10.2008	Abschreibungen per 31.10.08	in %	Bilanzwert 31.10.2008
<b>ANLAGEVERMÖGEN</b>	<b>5'203'105</b>	<b>209'752</b>	<b>5'412'857</b>	<b>349'750</b>	<b>6.5%</b>	<b>5'063'107</b>
<b>WERTSCHRIFTEN</b>	<b>20'100</b>	-	<b>20'100</b>	-		<b>20'100</b>
<b>MOBILE Sachanlagen</b>	<b>56'000</b>	<b>49'331</b>	<b>105'331</b>	<b>55'829</b>	<b>53.0%</b>	<b>49'502</b>
Büromobilien	20'000	24'297	44'297	24'297	54.9%	20'000
EDV-Anlagen	30'000	20'610	50'610	25'610	50.6%	25'000
Büromaschinen	500	4'424	4'924	2'424	49.2%	2'500
Maschinen	1'000	-	1'000	999	99.9%	1
Werkzeug	1'000	-	1'000	999	99.9%	1
Mobilien Whg S'möser	3'500	-	3'500	1'500	42.9%	2'000
<b>FAHRZEUGE</b>	<b>37'000</b>	<b>23'043</b>	<b>60'043</b>	<b>26'543</b>	<b>44.2%</b>	<b>33'500</b>
Fahrzeuge	7'000	-	7'000	3'500	50.0%	3'500
Werkfahrzeug	30'000	23'043	53'043	23'043	43.4%	30'000
<b>IMMOBILIEN SACHANLAGEN</b>	<b>5'090'005</b>	<b>137'378</b>	<b>5'227'383</b>	<b>267'378</b>	<b>5.1%</b>	<b>4'960'005</b>
Immobil. Haus des Gastes	5'450'000	-	5'450'000	150'000	3.8%	5'300'000
Immobilien Beitrag öff. Hand	-1'450'000	-	-1'450'000			-1'450'000
Lagerraum Rotli Gstaad	250'000	-	250'000	-		250'000
Spiel- + Sportanl. Gstaad/Saanen	70'000	-	70'000	20'000	28.6%	50'000
Campingplatz Saanen	140'000	-	140'000	87'378	31.5%	140'000
Bau Sanitärhaus Camping	-	137'378	137'378			50'000
Tennisplatz Saanen	5	-	5	-		5
Garagenplatz Schönried	30'000	-	30'000	-		30'000
Tennisplatz Schönried	40'000	-	40'000	-		40'000
Stwe Chalet Birke Saanenmöser	560'000	-	560'000	10'000	1.8%	550'000
			<b>Total Abschreibungen</b>	<b>349'750</b>	<b>6.5%</b>	

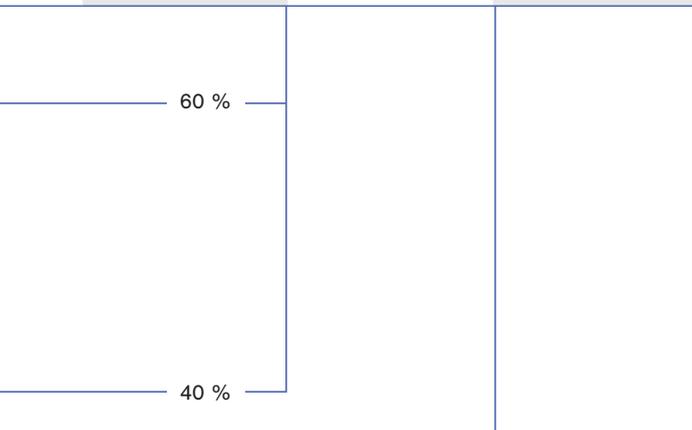
4.

JAHRESRECHNUNG 2007/08

**4.5. Kostenstellenrechnung** (Kurtaxen-/Tourismusförderung-/Gemeindebeitragsrechnung)

	Total	Gästeberatung Ticketing	Events (inkl. Beiträge)	Infrastrukturen
<b>BETRIEBSERTRÄGE NETTO</b>				
Nettoergebnis Warenverkauf	24'340	24'340	-	-
Dienstleistungserträge	626'205	214'304	21'680	93'674
Kommissionsertrag Direktreservation	212'020	-	-	-
Umteilung Gemeink. Erträge	-	10'319	9'191	39'714
<b>Total Betriebserträge vor Kurtaxen und Gemeindebeiträgen</b>	<b>862'566</b>	<b>248'963</b>	<b>30'872</b>	<b>133'387</b>
<b>BETRIEBSAUFWAND NETTO</b>				
Mitarbeiteraufwand	2'905'621	632'567	23'953	342'251
Sachkosten, Büro- & Kommunikationsaufwand	2'281'566	269'313	322'181	339'076
Nettoergebnis Liegenschaften	305'322	14'152	2'590	7'509
Abschreibungen, Zinsaufwand & Neutraler Erfolg	246'449	24'222	18'293	60'149
Gemeinkostenanteil Finanz&Administration	-	285'670	111'509	227'558
<b>Total Betriebsaufwand</b>	<b>5'738'959</b>	<b>1'225'924</b>	<b>478'527</b>	<b>976'542</b>
<b>Durch zweckbestimmte Beiträge zu deckender Betriebsaufwand (Kurtaxen, TFA &amp; Gemeinde)</b>	<b>4'876'393</b>	<b>976'962</b>	<b>447'655</b>	<b>843'155</b>
Kurtaxenerträge	2'699'390			
./. Durch Kurtaxen zu deckender Betriebsaufwand (Information & Reservation 60%)	-2'630'161	←		
<b>Ueberdeckung Kurtaxen (Kurtaxenbenefit)</b>	<b>69'228</b>			
<b>Verwendung zweckbestimmte Beiträge (TFA &amp; Gemeinde)</b>				
Erträge Tourismusförderungsabgabe (TFA)	1'186'602			
Gemeindebeitrag Marketing	500'000			
Kantonsbeitrag Marketing	264'785			
./. 40% Anteil von Information / Reservation	-241'593	←		
./. Aufwände Marketing & PR / externe Projekte	-2'004'639	←		
<b>Unterdeckung Marketing &amp; Verkauf</b>	<b>-294'844</b>			
Gemeindebeiträge nicht zweckbestimmt	380'000			
+ Ueberdeckung Kurtaxen (Kurtaxenbenefit)	69'228			
./. Unterdeckung Marketing & Verkauf	-294'844			
<b>UNTERNEHMENSGEWINN</b>	<b>154'384</b>			

	Call Center Reservation	Marketing / PR	Destinations- management & Projekte	Gemeinkosten: GL + Finanz & Ad- ministration + EDV
	-	-	-	-
	-	170'838	-	125'709
	212'021	-	-	-
	-	66'485	-	-125'709
	<b>212'021</b>	<b>237'323</b>	-	-
	496'777	540'371	63'586	806'116
	121'006	1'036'087	3'797	190'107
	-890	12'076	-1'114	270'998
	8'962	64'585	140	70'097
	190'149	502'255	20'177	-1'337'318
	<b>816'004</b>	<b>2'155'375</b>	<b>86'587</b>	-
	<b>603'983</b>	<b>1'918'052</b>	<b>86'587</b>	-



**4.5. Bericht der Revisionsstelle**

**ribo treuhand ag  
gstaad**

Gstaad Saanenland Tourismus  
Geschäftsprüfungskommission  
z. H. Präsident Christian Reuteler  
Haus des Gastes  
3780 Gstaad

Gstaad, 22. Januar 2009/JH

**Bericht der Revisionsstelle für die Rechnung 2007/2008**

Sehr geehrte Damen und Herren

Auftragsgemäss haben wir oben erwähnte Jahresrechnung für die Zeit vom 1. November 2007 bis 31. Oktober 2008 geprüft. Unsere Prüfung erfolgte nach den Grundsätzen des schweizerischen Berufsstandes wonach eine Prüfung so zu planen und durchzuführen ist, dass wesentliche Fehlaussagen in der Jahresrechnung mit angemessener Sicherheit erkannt werden. Wir prüften die Posten und Angaben der Jahresrechnung mittels Analysen und Erhebungen auf der Basis von Stichproben. Ferner beurteilten wir die Anwendung der massgebenden Rechnungslegungsgrundsätze, die wesentlichen Bewertungsentscheide sowie die Darstellung der Jahresrechnung als Ganzes. Unsere Prüfung bildet eine ausreichende Grundlage für unser Urteil.

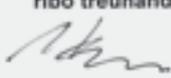
Wir stellen fest, dass

- die Buchhaltung ordnungsgemäss geführt wurde und sämtliche Belege zur Revision vorliegen;
- bei der Darstellung der Vermögenslage und der Gewinn- und Verlustrechnung die gesetzlichen Vorschriften sowie das Finanzreglement eingehalten wurden;
- der ausgewiesene Jahresgewinn von Fr. 154'383.98 mit der Buchhaltung übereinstimmt.

Aufgrund unserer Prüfungen beantragen wir, die Rechnung 2007/2008 zu genehmigen.

Freundliche Grüsse

**ribo treuhand ag**



J. Horn  
leitender Revisor



H.P. Borle

Lützi Haus 1 | Postfach 370 | 3780 Gstaad | Telefon 033 744 72 22 | Telefax 033 744 66 36  
E-Mail: [ribo@bluewin.ch](mailto:ribo@bluewin.ch) | [www.ribotreuhand.ch](http://www.ribotreuhand.ch)

Mitglied des Schweizerischen Treuhänder-Verbandes **STV USF**

#### 4.6. Bericht der Geschäftsprüfungskommission

Die Geschäftsprüfungskommission (GPK) hat im Geschäftsjahr 2007/08 drei Sitzungen durchgeführt. Den Mitgliedern der Geschäftsprüfungskommission standen als Arbeitsunterlagen die Sitzungsprotokolle des GST-Vorstandes, die Vorstands-Informationspapiere der Geschäftsleitung, die Controllingberichte der Treuhand- & Revisions AG, die Budgets und Geschäftsabschlüsse sowie der Revisionsbericht der RIBO Treuhand AG zur Verfügung. An den GPK-Sitzungen nahmen neben den GPK-Mitgliedern jeweils ein Mitglied des Vorstandes und der Direktor, Herr Roger Seifritz, teil. Im Rahmen des statutarischen Auftrages hat die GPK zu beurteilen, ob GST statutenkonform und aus finanzieller Sicht den Usanzen entsprechend geführt wird.

Auch aus Sicht der GPK war im vergangenen Geschäftsjahr die Debatte um die zukünftige Finanzierung der Bergbahnen in unserer Region eine ganz wesentliche Auseinandersetzung. Obwohl die Bemühung um eine sachliche Entscheidung in dieser Frage von allen Seiten spürbar ist, wird gerade in dieser Hinsicht die schwierige Entscheidung zwischen Qualitäts- und Massentourismus offensichtlich. Es hat sich gezeigt und wird sich auch in Zukunft zeigen, dass es sich hier um einen Spagat handelt, welcher auch den Tourismusorganen schmerzhaft Entscheide abverlangen wird. Immerhin engagiert sich die Öffentlichkeit und ist bereit mit zu tragen und mit zu bestimmen, auch wenn ganze fünf Stimmen Unterschied an der Saaner Gemeindeversammlung die Schwierigkeit dieser Gradwanderung klar offen legen.

Mit Genugtuung nimmt auch die GPK Kenntnis vom guten Rechnungsergebnis im vergangenen Geschäftsjahr. Die erfreulichen Zahlen sind Ausdruck einer nach wie vor praktizierten Disziplin im Finanzhaushalt des Vereins. Die vom Controlling T&R attestierte gesunde Eigenkapitalbasis bedeutet ein positives Signal in eine allgemein unsichere Zukunft. So bestätigt auch der Revisionsbericht der Ribo Treuhand AG das erfreuliche Ergebnis in Form des signifikant erhöhten Cash-Flows und der aktuell richtigen Rückstellung.

Zusammenfassend kann auch die GPK das zu Ende gehende Geschäftsjahr als sehr positiv beurteilen. Die Mitglieder der GPK bestätigen ebenfalls die im Berichtsjahr von der Hauptversammlung bewilligte Vereinsführung durch den Vorstand und die Geschäftsleitung. Die GPK dankt dem Vorstand, der Geschäftsleitung und allen Mitarbeitenden für ihre unbestritten sehr gute Arbeit im Berichtsjahr.

Mit dem Ende des Geschäftsjahres 2007/08 finde ich mich als Präsident der GPK im obligatorischen Austritt. Die neun Jahre in dieser Tätigkeit haben mir oft interessante Einblicke in die Entwicklung unserer Tourismusorganisation ermöglicht, welche ich seit Kindheit miterleben darf. Ich habe die Ueberzeugung gewonnen, dass in dieser sog. non Profit Organisation auf allen Stufen (von der Direktion bis auf jene guten Geister, welche gerade wieder in diesem Winter sensationelle Winterwanderwege herstellen!) hoch professionell gearbeitet wird. Allein diese Haltung schafft die Voraussetzung, sich auch mit Erfolg einer ungewissen Zukunft zu stellen.

4. Februar 2009

Christian Reuteler, Präsident

# 5. PROTOKOLL DER 15. ORDENTLICHEN HAUPTVERSAMMLUNG 2008

## Hauptversammlung 2008 im Gstaad Palace

Datum: 18. März 2008, Gstaad Palace Hotel, 20.10 bis 22.30 Uhr.

Anwesende Vorstandsmitglieder:

Walter Egger (Präsident), Markus Kappeler (Vizepräsident), Andrea Sprenger von Siebenthal, Gabi Thoenen, Eric Oehrli, Andrea Scherz, Emmanuel Raaflaub, Michael Kneubühler, Christoph Ringier.

Der Jahresbericht, die Statuten und die strategischen Leitlinien liegen an der Versammlung auf.

Anwesende Mitglieder gemäss Präsenzliste: 163

Entschuldigte Mitglieder: 34

Anwesende nicht stimmberechtigte Gäste: 30

### 1. Begrüssung

Präsident Walter Egger begrüsst die anwesenden Mitglieder, Ehrengäste und Medienvertreter. Er stellt fest, dass die Versammlung gemäss den in den Statuten festgelegten Regeln einberufen wurde. Als Stimmzähler werden Aldo Kropf und Leonz Blunski gewählt. Emanuel Raaflaub und Michael Kneubühler unterstützen bei der Stimmzählung. Die Stimmzähler werden von der Versammlung genehmigt.

In seinen einführenden Worten erinnert der Präsident daran, dass trotz dem äusserst schneearmen Winter 2006/07 die Region im Bereich Aufenthaltsgäste ein Rekordjahr erreichen konnte, was für das vorhandene Angebot spricht. Im Gegensatz dazu mussten die Bergbahnen einen sehr deutlichen Umsatzeinbruch verzeichnen. Dieser Einbruch entstand hauptsächlich durch fehlende Ausflugsgäste, die in den Nachbarregionen bessere Bedingungen dank mehr beschneiten Pisten vorfanden. Er lobt den weiteren Ausbau in der

Wellnesshotellerie, die inzwischen in der Weltklasse mitmischen kann. Weiter zum Top-Angebot in unserer Region beitragen wird auch der kürzlich erreichte Durchbruch beim Hotelprojekt Alpina. Im Berichtsjahr hat sich der Mediendruck auf Gstaad weiter gesteigert. Das Thema Medienarbeit wird immer anspruchsvoller. Rückblickend gratuliert der Präsident Ruedi Kunz und seinem Team mit den Worten des internationalen Volleyballverbandes FIVB ganz herzlich «zur besten Beach Volleyball WM aller Zeiten», einer Veranstaltung, wie sie das Saanenland so noch nicht erlebt hat.

Im Bewusstsein, dass gute Zeiten mögliche Gefahren verschleiern, ermahnt er die Mitglieder zur Wachsamkeit. Chancen sollen genutzt und nicht verpasst werden. Als Themen der näheren Zukunft erwähnt er die Erhaltung und den Ausbau der Dienstleistungsqualität, das Bilden eines Fonds zur Sicherung der Grossanlässe, weitere langfristige Verbesserung unserer Infrastrukturen, die Umsetzung eines Sicherheitskonzeptes und die unkomplizierte Ausführung längst fälliger kleiner Projekte und Sofortmassnahmen im Bereich Erscheinungsbilder.

### 2. Protokoll der 14. ordentlichen Hauptversammlung vom 18. März 2007

Das im Geschäftsbericht veröffentlichte Protokoll wird einstimmig genehmigt.

### 3. Jahresbericht und Jahresrechnung

#### 3.a Jahresbericht Geschäftsjahr 2006/07

Direktor Roger Seifritz erläutert den Jahresbericht anhand eines Rückblicks auf das Tourismusjahr inklusi-

ve des Beitrags von Gstaad Saanenland Tourismus sowie einem Ausblick auf Herausforderungen und mögliche Antworten.

### **Rückblick auf Tourismusjahr und Beitrag von Gstaad Saanenland Tourismus**

Das Geschäftsjahr 06/07 war ein absolutes Rekordjahr im Bereich Aufenthaltstourismus. Die Übernachtungen der Hotellerie der Destination Gstaad sind mit 2.6% erneut stärker angestiegen als im Schweizer Alpenraum mit 1.2% insgesamt. Es ist zu bemerken, dass dieser Wert mit der gleichen Anzahl an Hotelbetten erreicht wurde, also die Auslastung steigt. Trotzdem bleibt in den Randzeiten weiteres Steigerungspotenzial.

Weniger positiv sieht das Berichtsjahr bei den Bergbahnen aus. Nach drei Jahren, in denen die Bergbahnen dank Fusion den nationalen Umsatz-Index der Seilbahnen Schweiz schlugen, erfolgte im schneearmen Winter 06/07 ein massiver Rückschlag. Dieser ist massgeblich auf das Ausbleiben der Tagesgäste zurückzuführen, welche auf die Nachbarskigebiete Adelboden-Lenk und Jungfrau auswichen. Das Fazit: Wir müssen investieren und zwar rasch. Die BDG AG schlägt ein konkretes und vor allem unter Berücksichtigung der Umfeldfaktoren ein realistisches Szenario vor. Wichtig ist es, dieses nun nicht wieder endlos zu zerreden, sondern rasch und beherzt umzusetzen.

### **Marketing**

Der Direktor erläutert, dass Internet und PR die wichtigsten Marketinginstrumente unserer auf Individualgäste ausgerichteten Region sind.

Der Medienerfolg der Destination Gstaad ist 2006/07 weiter gestiegen. Er wurde insbesondere durch die Treiber «Johnny Hallyday-Effekt» und Beach-Volleyball-WM angeheizt. Auch im Bereich der Klimadiskussion war Gstaad ein Lieblingsobjekt der Medien. Gstaad Saanenland Tourismus konnte durch eigene Initiativen 76 grosse Medien-Geschichten vor allem in der Schweiz, Deutschland und Frankreich initiieren. Im Bereich Medienarbeit ist weiteres Entwicklungspotenzial vorhanden, klärt Roger Seifritz auf und stellt die Ziele vor. Sowohl das touristische Angebots-PR, das «wir über uns» und ab 2009 die Medienkoordination innerhalb der Destination sollen verbessert wer-

den. Dies will GST erreichen, indem die Zusammenarbeit mit einer externen PR-Agentur teilweise durch eine neu gebildete interne PR-Abteilung ersetzt wurde. Zu diesem Zweck wurde Frau Kerstin Sonnekalb, Redaktorin und Journalistin, auf den 1. Januar 2008 eingestellt.

Die Internetseite [www.gstaad.ch](http://www.gstaad.ch) ist Gstaads Fenster zur Welt. Sie erzielte 2006/07 täglich zwischen 1'505 und 12'439 Personen. 52.4% der Besucher waren erstmalige Besucher und 66.4% fanden via Suchmaschinen oder Links auf [www.gstaad.ch](http://www.gstaad.ch). Die beliebtesten Seiten sind die Portalseite, Livecams und Wetter, Unterkünfte und Snow Report. Die Internetseite hat aber Verbesserungspotenzial, da die Seite zurzeit etwas statisch ist und wenig Emotionen hinüber bringt. Ab Ende 2008 soll [www.gstaad.ch](http://www.gstaad.ch) emotioneller, noch gehaltvoller und einfacher im Aufbau werden.

### **Call Center und Reservation**

Der Telefon- und Email-Service konnte im Berichtsjahr wahrnehmbar verbessert werden. So konnten in der Hochsaison nun 94% der Telefonanrufe direkt persönlich entgegengenommen werden. Gemäss einem externen Rating lag Gstaad Saanenland Tourismus zudem bei der Bearbeitung von Emails auf Rang 3 von 5'000 geprüften Tourismusbüros.

Das Beherbergungsmanagement für die Beach-Volleyball-WM war auch für GST eine zeitintensive und anspruchsvolle Herausforderung. Sie verhalf der Reservationsabteilung zu einem Rekordumsatz. Trotz der Abnahme der Anzahl Ferienwohnungen von 10% in den letzten 5 Jahren konnte eine deutliche Steigerung bei Aufenthalten in Ferienwohnungen verbucht werden.

### **Gästeberatung und Tourismusbüros**

Die Ticket-Verkaufsleistung wächst weiter. GST hat im Berichtsjahr 6.5 Mio. Franken Ticketverkaufsumsätze für Bergbahnen und Events generiert. Ab 2008 wird der vor drei Jahren verlorene Vorverkauf des Allianz Suisse Open wieder über Gstaad Saanenland Tourismus möglich sein. Dies hat für die Destination Gstaad den wesentlichen Vorteil, dass Ticket-Kunden des Allianz Suisse Open nicht in einem anonymen Call Center landen, das keine komplementären Leistungen im Saanenland anbieten kann.

Neue Wege ging GST auch mit dem Umzug des Tourismusbüros Schönried in den dortigen Bahnhof. Durch die Kooperation mit der M.O.B. sollen die Gästefrequenzen gesteigert sowie Synergien ausgenutzt werden können. Ein neuer Wartsaal folgt in einer weiteren Umbauphase des Bahnhofs.

### **Infrastruktur und Dienstleistungen**

Aufgrund des äusserst schneearmen Winters war der Aufwand im Winterdienst tiefer als üblich. Es musste allerdings viel improvisiert werden, um eine qualitativ bestmögliche Leistung zu erbringen. Roger Seifritz dankt der Werkgruppe und weist auf die Funktionen der Werkgruppe GST und deren Partner hin:

- 165 km Winterwanderwege
- 90 km Langlaufloipen
- 2 Tennisplätze / 2 Eisbahnen
- 10 Kinderspielplätze
- 14 bewirtschaftete Feuerstellen
- 200 Ruhebänke
- Unterstützung diverser Events
- «schnelle Eingreiftruppe»

### **Finanz und Administration**

Die Pauschalkurtaxe für Appartements konnte zu 80% eingeführt werden, der Rest folgt im Geschäftsjahr 2008. Die Umstellung führte zu einigen Diskussionen, wurde aber zweimal vom Bundesgericht abgesegnet.

### **Sanierung Campingplatz Saanen**

Das sich im Eigentum von GST befindende Gelände des Campingplatzes Saanen wurde im Berichtsjahr saniert. Es stehen damit 19 zusätzliche Standplätze zur Verfügung und die Hochwassersicherheit konnte verbessert werden. Bisher konnten auf dem Campingplatz jährlich mit 55 Standplätzen ca. 4'500 Logiernächte erreicht werden. Für die Zukunft werden mit 74 Standplätzen 6000 Logiernächte jährlich erwartet. Damit dies erreicht werden kann, muss der Sanitärtrakt komplett saniert werden. Roger Seifritz zeigt einige Fotos von der Réception und dem Sanitärtrakt, welche aufzeigen dass die IST Situation desolat und alles andere als «Gstaad like» ist. Für den Neubau des Sanitärtrakts hat der Vorstand die Investitionssumme von CHF 960'000.– genehmigt, von welcher CHF 500'000 –

700'000 durch eine Hypothek finanziert werden. Im Obergeschoss soll eine Zwei- und eine Dreizimmerwohnung gebaut werden. Der Baustart ist im April 2008.

### **Ausblick 2007/09**

Die Unternehmung Gstaad Saanenland Tourismus befindet sich nach den Ausführungen des Direktors heute im Wandel von einem klassischen Verkehrsverein zur Service-Gesellschaft. In den vergangenen zehn Jahren hat sich der Umsatz von 5.1 bei 28.5 Vollstellen auf 15.9 Mio. bei 36.9 Vollstellen erhöht. Heute ist GST eine finanziell und strukturell gefestigte touristische Servicegesellschaft mit klarer Ausrichtung und einer gefestigten Kooperation mit den Bergbahnen. Gstaad Saanenland Tourismus gilt auf nationaler Ebene (noch) als gutes Beispiel. Roger Seifritz verweist darauf, dass GST in den kommenden Jahren als Unternehmung zwei Herausforderungen meistern will. Erstens soll die Marketingschlagkraft weiter gesteigert werden, was im aktuellen Tourismusumfeld unabdingbar ist. Zweitens soll die Funktion von GST als Servicegesellschaft innerhalb der Region weiter gesteigert werden. Im neuen Geschäftsjahr soll hierfür das Potential ermittelt und ab 2009/10 umgesetzt werden.

Als weitere Herausforderung will GST auf eine Verbesserung der Finanzierung von Grossanlässen und eine Lösung der damit für GST vorhandenen Probleme hinarbeiten. Der Direktor skizziert, dass GST grundsätzlich für das Basismarketing (PR, Web, Printwerbe-mittel, Auskunftstelle etc.) der Destination sowie für Verkaufsförderungsmassnahmen von Saisonrandzeiten zuständig sein sollte, also zeitraumbezogen arbeiten, während die Grossanlässe ihre Hauptrolle als Markenträger für die Marke Gstaad in den Medien haben und zeitpunktbezogen für die Region Auslastung generieren. Für GST besteht heute das Problem, dass zu viele finanzielle Mittel nicht für seine eigentliche Kernaufgabe gebunden sind. Die Grossanlässe ihrerseits haben tendenziell zunehmende Probleme mit ihrer Finanzierung. Die Lösung dieses Problems soll mit einem «Fonds Veranstaltungen» erreicht werden. Zum Schluss dankt Roger Seifritz seinen Mitarbeitern, dem Vorstand und den Leistungspartnern. Ganz besonders bedankt er sich bei Walter Egger als seinem

langjährigen Präsidenten und bei Eduardo Zwysig, der GST nach neun Jahren als Leiter Marketing in Richtung Jungfraubahnen verlässt.

### **3b. Rechnung Geschäftsjahr 2006/07**

Der Direktor verweist auf die im Geschäftsbericht abgedruckte Erfolgsrechnung, Bilanz und Kostenstellenrechnung. Er erläutert, dass im Geschäftsbericht kein Budget mehr veröffentlicht wurde, da das Budget gemäss Statuten vom Vorstand genehmigt und von der Geschäftsprüfungskommission geprüft wird.

#### **Erfolgsrechnung**

Im Vergleich zum Vorjahr hat der Umsatz von GST 6 % zugenommen. Der EBITDA (Ertrag vor Abschreibungen, Zinsen und Steuern) stieg im Berichtsjahr sogar 18%. Dies bedeutet, dass die finanzielle Effizienz des Betriebes zunahm.

Die öffentlich rechtlichen Erträge (Kurtaxen, Tourismusförderungsbeiträge, Gemeindebeiträge, Kantonsbeiträge) betragen CHF 4'879'983.–. Der Direktor weist in einer Entwicklungsgrafik darauf hin, dass die Erträge aus Tourismusförderungs-Abgabe TFA nicht mit der Wirtschaftsentwicklung in der Region Schritt halten (Vergleich mit Entwicklung Kundengelder Saanenbank). Eine Erhöhung der TFA sieben Jahre nach deren Einführung ist deshalb angezeigt.

Der im mehrjährigen Vergleich überdurchschnittliche Cash Flow von CHF 404'880.– ist auf die hohe Bettenauslastung (= gute Kurtaxenerträge) bei gleichzeitig niedrigen Aufwänden aufgrund des schneearmen Winters zurückzuführen.

#### **Bilanz**

Der Direktor zeigt auf, dass sich die Bilanzstruktur dank des finanziell guten Geschäftsjahres leicht verbessert hat. Der Verschuldungsgrad ist von 87.3% auf neu 85.3% gesunken. Der Eigenkapitalanteil hat damit grundsätzlich eine akzeptable Höhe erreicht, beinhaltet aber nach wie vor wenig Spielraum für Investitionen oder Krisenzeiten.

#### **Kostenstellenrechnung**

Dank der Kombination von tiefen Unterhaltskosten (Winter 06/07) und überdurchschnittlicher Auslastungen entstand im Berichtsjahr erstmals überhaupt kein

Kurtaxendefizit. Dies bedeutet, dass alle Aufgaben, die aus Kurtaxen finanziert hätten werden sollen, auch aus dieser Quelle finanziert werden konnten.

### **3c. Bericht GPK**

Christian Reuteler, Präsident der GPK, bezeichnete das Geschäftsjahr 06/07 aus Sicht der GPK, die GST gemäss Statuten kontrolliert, als unspektakuläres Jahr. Er deutet dies als gutes Zeichen. GST sei heute eine klassische Dienstleistungsorganisation und meistere seine komplexen Aufgaben sehr gut, auch wenn dies nicht immer einfach sei. Dafür gebühre dem Verein Lob. Christian Reuteler dankt Walter Egger, der mit einem gewaltigen Pensum an Zuverlässigkeit, Disziplin und Beherrschung ein geborener Logistiker sei.

### **4. Genehmigung von Jahresbericht, Jahresrechnung und Bericht GPK**

Der Jahresbericht, die Jahresrechnung und der Bericht der GPK werden durch die Versammlung nacheinander einstimmig angenommen.

### **5. Entlastung des Vorstandes und der GPK**

Die Versammlung entlastet den Vorstand und die GPK ohne Gegenstimme.

### **6. Wahlen**

#### **6.a Wahlen Vorstand**

##### **Bestätigungswahlen**

Andrea Sprenger-von Siebenthal wurde einstimmig für eine weitere Amtsperiode bestätigt.

##### **Ersatzwahlen Vorstand**

Aufgrund der Amtszeitbeschränkung scheidet mit dieser Hauptversammlung die folgenden drei Mitglieder aus: Walter Egger (Präsident), Markus Kappeler (Vizepräsident) und Gabi Thoenen (Mitglied). Der Vorstand schlägt der Versammlung statutenkonform die Wahl von zwei neuen Mitgliedern vor: Andreas Hurni, Gemeinderatspräsident Saanen (noch bis Ende 2008) und Sekundarlehrer, Saanen, und Jürg Schwenter, Unternehmer, Schönried. Andreas Hurni wird mit einer Gegenstimme und Jürg Schwenter einstimmig in den Vorstand gewählt.

### **Wahl des Präsidenten**

Der Vorstand schlägt der Versammlung statutenkonform die Wahl von Andreas Hurni zum Präsidenten vor. In seiner Begründung zum Antrag erläutert Präsident Walter Egger, dass der Amtsantritt von Andreas Hurni als neuer Präsident erst auf den 1. Januar 2009 erfolgen soll. Damit sollen Interessenkonflikte mit seiner Funktion als Gemeinderatspräsident von Saanen vermieden werden, die noch bis Ende Jahr 2008 dauern wird. In der Zwischenzeit sollen interimweise zwei Vizepräsidenten den Verein führen. Als Vizepräsidenten wurden durch den Vorstand Christoph Ringier und Andrea Scherz gewählt.

Christoph Remund, Präsident der GST-Dorforganisation Saanenmöser, stellt den Antrag, dass die beiden Vizepräsidenten nicht nur die Zeit ab Hauptversammlung bis zum 31.12.2008 überbrücken sollten, sondern bis zur nächsten Hauptversammlung. Damit müsste nicht jetzt, sondern es könnte an der nächsten Hauptversammlung die Präsidentenwahl erfolgen. Dieser Antrag wird nach kurzer Diskussion mit 73 Nein- zu 50 Ja-Stimmen abgelehnt. In der darauf folgenden Präsidentenwahl wird Andreas Hurni mit 85 Ja- zu 23 Nein-Stimmen gemäss dem Antrag des Vorstandes als Präsident gewählt, mit Amtsantritt am 1. Januar 2009.

### **6.b Wahlen GPK**

#### **Bestätigungswahlen GPK**

Die GPK-Mitglieder Markus Willen, Gsteig-Feutersoey, und Kurt Gyger, Saanen, werden einstimmig bestätigt.

## **7. Verschiedenes**

### **Fragen und Bemerkungen von Mitgliedern**

Anne Speiser, Gemeinderatspräsidentin von Zweisimmen, bedankt sich beim Vorstand für die gute Zusammenarbeit zwischen GST und Zweisimmen / Zweisimmen Tourismus. Sie wünscht sich mit Hinweis auf den gegenwärtigen Spitalstreit, dass Zweisimmen von Gstaad aus auch in Zukunft als Partner ernst genommen wird.

Niki Rommel weist darauf hin, dass die Marke Gstaad Mountain Rides bei den Deutschschweizern nur einen

tiefen Bekanntheitsgrad aufweist. Er spricht auch den Pistenbericht an, der für Gäste, die die Region nicht gut kennen, verwirrend sein kann. In der Presse werde zudem immer von den superreichen Gstaader Gästen berichtet. Somit erscheine Gstaad beim Volk in einem falschen Bild und jeder habe das Gefühl, dass Gstaad zu teuer für den Durchschnittsbürger sei. Direktor Roger Seifritz geht auf die Aussagen ein. Es sei richtig, dass die Marke Gstaad Mountain Rides noch keinen hohen Bekanntheitsgrad hat. Sowohl auf nationalem als auch auf internationalem Niveau sei es allerdings wichtiger, dass die Marke Gstaad wahrgenommen werde und nicht Submarken der Region. Betreffend Pistenbericht sei dessen Komplexität infolge der topografischen Eigenheiten und vielen Skigebietseinstiegsdörfer der Region ausserordentlich und ein Patentrezept gebe es nicht. Zu den Medienstories über Superreiche meint er, dass diese nicht verhindert werden können. GST schaffe aber durchaus praktische Ansätze, um das Erlebnis Gstaad auch für nicht Superreiche kalkulierbar zu machen. Als aktuellstes Beispiel nennt er den Schneezug White Bull, welcher rege benutzt wurde.

Michèle Garraux erkundigt sich, wie Gstaad in 20 Jahren aussehen wird. Walter Egger erklärt, dass die Steuerung der Entwicklung nur über eine Ortsplanung möglich ist, die sich in der Gemeinde Saanen gerade in Revision befindet. Dort soll kein neues Land eingezont werden für Zweitwohnungsbau.

Barbara Stoll weist darauf hin, dass die Reitanlage für Gstaad sehr wichtig sei, da viele Gäste ihre Pferde mitnehmen möchten. Walter Egger bestätigt daraufhin, dass die Infrastruktur der Reithalle auf jeden Fall verbessert werden muss.

### **Ehrungen**

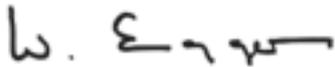
Der scheidende Präsident Walter Egger gratuliert Roger Seifritz für sein zehnjähriges Jubiläum als Direktor von Gstaad Saanenland Tourismus. Er bedankt sich für die hohe Fachkompetenz und weist darauf hin, dass die lange Zusammenarbeit geprägt war von Korrektheit, Verhandlungsgeschick und Kollegialität. Sein Dank gehört ebenfalls dem scheidenden Vizepräsidenten Markus Kappeler für die hervorragende Zusammenarbeit, seine Zuverlässigkeit und sein Durchhaltevermögen. Er weist insbesondere auf die strategischen

Fähigkeiten von Markus Kappeler hin, die für den Vorstand und Direktor sehr wichtig waren. Darüber hinaus dankt er dem gesamten Vorstand wie auch Michel Matti, Vizedirektor, und Eduardo Zwysig, dem scheidenden Leiter Marketing, für die stets engagierte und konstruktive Mitarbeit.

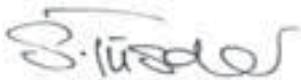
Der ebenfalls ausscheidende Vizepräsident Markus Kappeler würdigt Walter Egger für seine lange Präsidentschaftszeit von neun Jahren und die erreichten Erfolge, unter anderem den erreichten professionellen Stand von GST oder die durch ihn wesentlich mitgeprägte Rettung des Gstaader ATP-Tennisturniers.

Im Namen des Vorstandes bedankt sich Vorstandsmitglied Emanuel Raaflaub bei den drei ausscheidenden Vorstandsmitgliedern Walter Egger, Markus Kappeler und Gabi Thoenen für ihre geleistete Arbeit, mit grossem Applaus durch die Versammlung.

Der scheidende Präsident Walter Egger informiert, dass die nächste Hauptversammlung am Dienstag, 17. März 2009 stattfinden wird. Im Namen des Vorstandes lädt er zum anschliessenden Apéro ein.



Walter Egger, Präsident



Simone Tüscher, Protokollführerin



# 6. GESCHÄFTSFÜHRUNGS- UND VERWALTUNGSORGANE

(Stichtag 31. Oktober 2008)

## Vorstand Gstaad Saanenland Tourismus

(In Klammern Eintrittsjahr)

Christoph Ringier (2007), Vizepräsident  
Andrea Scherz (2004), Vizepräsident  
Andreas Hurni (2008), Präsident ab 1.1.2009  
Andrea Sprenger (2001)  
Eric Oehrli (2004)  
Emanuel Raafflaub (2006)  
Michael Kneubühler (2006)  
Jürg Schwenter (2008)

## Direktor

Roger Seifritz (1998)

## Geschäftsprüfungskommission

Christian Reuteler, Präsident (2000)  
David Matti, Vizepräsident (2007)  
Kurt Gyger (2005)  
Markus Willen (2005)  
Hansueli Hauswirth (2007)

## Dorfvorstände

### Gstaad

Michel Brand, Präsident  
Claudia von Siebenthal  
Conroy Widmer  
Roni Ryter  
Kathrin Espiasse-Neuenschwander  
Marcel Romang

### Turbach

Mario Hählen, Präsident  
Barbara von Grünigen-von Känel  
Jolanda Romang  
Hansjörg Reuteler  
Ernst Romang

### Saanen

Arthur Reuteler, Präsident  
Beat Anderegg  
Markus S. Bach  
Regula Bieri  
Lisette Chevalier  
Andreas Knecht  
Beat Locher  
Bill Lovell

### Schönried

Charles Reichenbach, Präsident  
Andrea Wehren, Vizepräsidentin  
Viktor Germann  
Johny Wyssmüller  
Bethli von Grünigen

### Saanenmöser

Christoph Remund, Präsident  
Brigitte Hoefliger-von Siebenthal  
Susanne Schwenter-Wolff  
Jürg Tschanz  
Andreas Huggler  
Marc Rüdisühli

### Abländschen

Robert Dänzer, Präsident  
Hanspeter Dänzer, Vizepräsident  
Monika Liechti  
Armin Poschung jun.

### Lauenen

Franziska Annen, Präsidentin  
Ueli Reichenbach  
Reto Burri  
Ruth Lüthi  
Bernhard Zumbrunnen  
Hansueli Hauswirth  
Patrick Westemeier

### Gsteig-Feutersoey

Käthy Marti, Präsidentin  
Martin Trummer, Vizepräsident  
Blanca Burri-Bättig  
André Brand  
Kurt Beetschen  
Marianne Raafflaub-Schopfer  
Erika Hauswirth-Hauri

# 7. TOURISMUS-STATISTIK

## 7.1. Überblick über die Logiernächte-Entwicklung

Dank eines einzigartigen Winterhalbjahrs schloss das Tourismusjahr 2007/08 erneut über dem Vorjahresstand und brachte der Region damit ein Rekordergebnis. Zu beachten ist, dass der deutliche Zuwachs bei den Ferienwohnungen von 16,7 % im Wesentlichen eine technische Zunahme ist. Sie entsteht aus der Einführung der obligatorischen Kurtaxenpauschale. Die neu berechneten Werte dürften der realen Auslastung allerdings näher kommen als die bisherigen Erhebungen. Rückläufig waren erneut die Übernachtungen in Gruppenunterkünften / Camping, was einem längerfristigen Trend in der Region entspricht.

### Logiernächte-Entwicklung

WINTER	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07	2007/08	+/-	in%
Hotels	154'450	164'530	172'727	187'531	194'410	202'681	8'271	4.3%
Ferienwohnungen	260'183	268'490	271'207	286'947	294'789	335'958	41'168	14.0%
Gruppenunterk./Camping	64'907	71'322	60'966	60'556	56'414	54'659	-1'755	-3.1%
<b>TOTAL WINTER</b>	<b>479'540</b>	<b>504'342</b>	<b>504'900</b>	<b>535'034</b>	<b>545'613</b>	<b>593'298</b>	<b>47'684</b>	<b>8.7%</b>
SOMMER	2003	2004	2005	2006	2007	2008	+/-	in%
Hotels	158'280	151'306	154'186	169'518	171'982	168'272	-3'710	-2.2%
Ferienwohnungen	160'044	160'031	156'802	175'883	185'287	224'454	39'168	21.1%
Gruppenunterk./Camping	49'365	36'838	44'900	45'556	47'235	46'744	-491	-1.0%
<b>TOTAL SOMMER</b>	<b>367'689</b>	<b>348'175</b>	<b>355'888</b>	<b>390'957</b>	<b>404'503</b>	<b>439'470</b>	<b>34'967</b>	<b>8.6%</b>
WINTER & SOMMER	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07	2007/08	+/-	in%
Hotel	312'730	315'836	326'913	357'049	366'392	370'953	4'561	1.2%
Ferienwohnungen	420'227	428'521	428'009	462'830	480'076	560'412	80'336	16.7%
Gruppenunterk./Camping	114'272	108'160	105'866	106'112	103'649	101'403	-2'246	-2.2%
<b>TOTAL JAHR</b>	<b>847'229</b>	<b>852'517</b>	<b>860'788</b>	<b>925'991</b>	<b>950'117</b>	<b>1'032'768</b>	<b>82'651</b>	<b>8.7%</b>

(Basis: Kurtaxenstatistik GST Stand 31. Januar 2009)

### Detailstatistik Hotellerie (inklusive Gruppenhotels & Jugendherberge)

Von den zunehmenden Übernachtungen konnten alle klassifizierten Hotel-Kategorien profitieren. Mit 3,8 % Zuwachs legten die 5-Sterne-Hotels am meisten zu. Der Rückgang an Übernachtungen bei den nicht klassifizierten Betrieben und der Zuwachs bei den 3-Sterne-Hotels ist durch zwei technische Faktoren bestimmt, nämlich die Mutation des Zloft-Hotel (neu 3-Sterne-Hotel) und die Schliessung des Hotels Bahnhof Saanenmöser Ende Winter 06/07.

	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07	2007/08	+/-	in %
5* Hotels	66'943	79'454	81'894	94'010	101'500	105'365	3'865	3.8%
4* Hotels	120'632	118'052	117'965	123'614	139'466	140'490	1'024	0.7%
3* Hotels	100'872	95'122	104'168	106'499	89'134	93'848	4'714	5.3%
Übrige	24'283	23'208	22'886	32'926	36'292	31'250	-5'042	-13.9%
<b>TOTAL HOTELLERIE</b>	<b>312'730</b>	<b>315'836</b>	<b>326'913</b>	<b>357'049</b>	<b>366'392</b>	<b>370'953</b>	<b>4'561</b>	<b>1.2%</b>

(Basis: Kurtaxenstatistik GST Stand 31. Januar 2009)

### Hotelauslastungs-Statistik

Die durchschnittliche Betten-Auslastung der Hotels im Saanenland (Bezugswert: vorhandene Betten) ist dank der höheren Übernachtungszahlen erneut leicht gestiegen auf 44 % der vorhandenen Betten (= 160 Vollbelegungstage).

Bettenauslastung in % Hotellerie Saanenland (vorhandene Betten)

	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07	2007/08
Betten	2'226	2'226	2'341	2'352	2'325	2'313
Logiernächte	312'730	315'836	326'913	357'049	366'392	370'953
<b>AUSLASTUNG</b>	<b>37.0%</b>	<b>38.9%</b>	<b>38.3%</b>	<b>41.6%</b>	<b>43.2%</b>	<b>43.9%</b>

### Detailstatistik Hotellerie nach Herkunftsländern

Im Berichtsjahr wurden zwischen den einzelnen Herkunftsländern keine wesentlichen Verschiebungen verzeichnet. Die Anteile am Gästeaufkommen blieben relativ konstant. Spitzenreiter nach dem Heimatmarkt Schweiz bleiben weiterhin Deutschland, Frankreich und Grossbritannien.

Herkunftsland	2002/03		2003/04		2004/05		2005/06		2006/07		2007/08	
	Übernach- tungen	Anteil in %										
Schweiz	185'571	59.3%	181'806	57.6%	194'338	59.4%	212'950	59.6%	213'371	58.2%	216'927	58.5%
Deutschland	36'069	11.5%	36'859	11.7%	35'918	11.0%	33'719	9.4%	32'287	8.8%	31'747	8.6%
Frankreich	18'789	6.0%	20'965	6.6%	22'048	6.7%	22'127	6.2%	24'712	6.7%	23'372	6.3%
Grossbritannien	15'329	4.9%	15'115	4.8%	16'409	5.0%	18'282	5.1%	20'679	5.6%	20'076	5.4%
USA	8'689	2.8%	9'239	2.9%	9'400	2.9%	10'380	2.9%	10'708	2.9%	9'262	2.5%
Niederlande	8'123	2.6%	8'621	2.7%	8'180	2.5%	8'719	2.4%	10'323	2.8%	11'595	3.1%
Italien	6'256	2.0%	6'184	2.0%	6'216	1.9%	6'817	1.9%	8'829	2.4%	7'813	2.1%
Belgien	5'533	1.8%	6'357	2.0%	7'082	2.2%	7'588	2.1%	8'055	2.2%	9'755	2.6%
Spanien	4'143	1.3%	4'716	1.5%	5'573	1.7%	5'746	1.6%	6'696	1.8%	6'842	1.8%
Andere	24'228	7.7%	25'974	8.2%	21'749	6.7%	30'721	8.6%	30'732	8.4%	33'564	9.0%
<b>TOTAL</b>	<b>312'730</b>	<b>100%</b>	<b>315'836</b>	<b>100%</b>	<b>326'913</b>	<b>100%</b>	<b>357'049</b>	<b>100%</b>	<b>366'392</b>	<b>100%</b>	<b>370'953</b>	<b>100%</b>

(Basis: Kurtaxenstatistik GST Stand 31. Januar 2009)

## Hotellerie aufgegliedert nach Dörfern

Die Übernachtungsstatistik weist Zuwächse oder praktisch den Vorjahresstand für die Dörfer Gstaad, Schönried, Saanenmöser und Lauenen aus, während Saanen und Gsteig Einbussen hinnehmen mussten. In Saanen sind sie auf die infolge Bauarbeiten verlängerte Schliessung des Hotels Steigenberger zurückzuführen.

	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07	2007/08	+ / in LN	+ / in %
Gstaad	124'920	129'705	138'882	146'514	158'426	164'439	6'013	3.8%
Schönried	50'838	47'993	45'672	53'732	54'655	56'381	1'726	3.2%
Saanen	97'770	99'444	98'549	106'686	101'176	98'775	-2'401	-2.4%
Saanenmöser	27'149	28'263	31'913	36'703	36'284	35'926	-358	-1.0%
Lauenen	8'565	7'601	9'195	9'347	9'702	10'393	691	7.1%
Gsteig	3'488	2'830	2'702	4'067	6'149	5'039	-1'110	-18.1%
<b>TOTAL</b>	<b>312'730</b>	<b>315'836</b>	<b>326'913</b>	<b>357'049</b>	<b>366'392</b>	<b>370'953</b>	<b>4'561</b>	<b>1.2%</b>

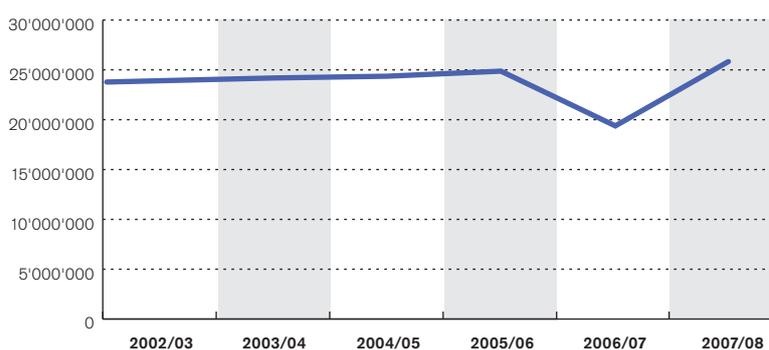
(Basis: Kurtaxenstatistik GST Stand 31. Januar 2009)

## 7.2. Bergbahnen

Nach dem infolge Schneemangel äusserst schlechten Vorjahr erreichten die im Tarifverbund Vereinigung der Bergbahnen von Gstaad und Umgebung (VBG) zusammengeschlossenen Bergbahn-Unternehmen im Geschäftsjahr 2007/08 ein Rekordergebnis. Es lag 33 % über dem Vorjahresergebnis oder 3 % über dem bisherigen Rekordergebnis des Tourismusjahres 2005/06.

### Verkehrserträge Vereinigung Bergbahnen Gstaad und Umgebung VBG

Quelle: Geschäftsbericht VBG 2007/08



# YOU

## 8. WELCOME CARD

Die Welcome Card ist ein Finanzierungs-System für die Gstaader Top Events sowie nicht periodisch stattfindende Anlässe. Per 31.10.2008 waren folgende Unternehmen und Privatpersonen Besitzer einer Welcome Card:

### Welcome Card Inhaber 2007/2008

29 Gold + 16 Silver + 36 Supporter = Total 81 Welcome Card Besitzer

NAME	VORNAME	FIRMA	ORT	CARDTYP
Annen	Walter	Chaletbau Annen	Gstaad	Silver Card
Annen	Thomas	Rieder Architektur AG	Saanen	Supporter Card
Bach	Lorenz	Boutique Lorenz Bach	Gstaad	Gold Card
Bach	Marcel	Immobilien	Gstaad	Gold Card
Balmer	Thomas	Adolf Krebs AG	Gstaad	Gold Card
Bangerter	Kaspar	Bangerter Gartenbau	Lauenen	Supporter Card
Baumann	Beat	Vermessungsbüro	Saanen	Silver Card
Beaud	Claude	Chaletbau Matti Holzbau AG	Saanen	Supporter Card
Beaud	José	Chaletbau Matti Holzbau AG	Saanen	Supporter Card
Benteli Hallwag AG			Wabern-Bern	Supporter Card
Bieri	Michael	Bieri AG Möbel/Innenausbau	Weissenburg	Silver Card
Blunzchi	Leonz	LGB Beratung	Gstaad	Supporter Card
Bohnenblust	Thomas	UBS AG	Gstaad	Gold Card
Bonfils	Jacques	Avocat	Bulle	Supporter Card
Borle und Horn	HP. & J.	Ribo Treuhand AG	Gstaad	Silver Card
Brand	Peter	Hermenjat Sport	Gstaad	Silver Card
Brunner	Matthias	Notar	Gstaad	Supporter Card
Burri	Arnold	Chalet Lydia	Lauenen	Supporter Card
Burri	Reto	Zimmerei & Chaletbau	Lauenen	Silver Card
Ciarulli	Mirjam	Egger Ingenieure AG	Gstaad	Supporter Card
Despontin	Jean	Chaletbau Matti Architektur AG	Gstaad	Supporter Card
Egger	Walter	Egger Ingenieure AG	Gstaad	Gold Card
Frautschi		Frautschi Sports AG	Schönried	Gold Card
Frei	Thomas	Hotel Bernerhof	Gstaad	Gold Card
Gfeller-Rayroud	Samuel	Transporte	Schönried	Supporter Card
Haldi	Toni	Haldi Design AG	Schönried	Silver Card
Hauri	Martin	Rieder Architektur AG	Saanen	Supporter Card
Hauswirth	Benz	Benz Hauswirth AG	Gstaad	Silver Card
Hauswirth	Gottfried	Architekt HTL/STV	Saanenmöser	Silver Card
Hauswirth	Benz	Rübeldorf	Saanen	Supporter Card

NAME	VORNAME	FIRMA	ORT	CARDTYP
Hauswirth	Hansueli	Malergeschäft	Lauenen	Supporter Card
Hefti	Ueli	Ueli Hefti GmbH	Turbach	Supporter Card
Herrmann	Bruno	Les Amis AG	Gstaad	Gold Card
Iseli	Markus & Stephanie		Gstaad	Supporter Card
Jaggi	Stephan	Jaggi & Partner AG	Grund	Gold Card
Kappeler	J.Markus	Executive Support	Gstaad	Gold Card
Kernen	Bruno	Hotel Kernen	Schönried	Gold Card
Knutti	Ruth	Grafik Center	Saanen	Supporter Card
Kropf	Aldo	Apotheke Dr. Kropf	Gstaad	Gold Card
Lanz	Louis	BKW ISP AG	Gstaad	Gold Card
Longcroft	Dominic	GstaadBusiness.com	Gstaad	Gold Card
Ludi	Peter	Bau- und Möbelschreinerei	Gstaad	Gold Card
Maag	Rudolf		Binningen	Gold Card
Marti	Ernst	Chaletbau Matti Holzbau AG	Saanen	Supporter Card
Matti	Christiane	Hotel Arc-en-Ciel	Gstaad	Silver Card
Matti	Walter	Chaletbau Matti Holding AG	Saanen	Gold Card
Matti	Beat	Chaletbau Matti Holzbau AG	Saanen	Silver Card
Matti	Jean-Claude	Chaletbau Matti Architektur AG	Gstaad	Silver Card
Matti	Ueli W.	Chaletbau Matti Architektur AG	Gstaad	Supporter Card
Matti-Zoppas	Michel & Lisa	Gstaad Saanenland Tourismus	Gstaad	Supporter Card
Michel	Willy		Burgdorf	Gold Card
Niederhauser	Ernst	BKW FMB Energie	Gstaad	Gold Card
Obrist	Hans-Peter	Chaletbau Matti Architektur AG	Gstaad	Supporter Card
Oehrli	Lorenz	Chaletbau Matti Architektur AG	Gstaad	Supporter Card
Perreten	Ueli	Zimmerei & Chaletbau AG	Gstaad	Silver Card
Reichenbach	Fabian	Rieder Architektur AG	Saanen	Supporter Card
Reichenbach	Werner	Liegenschaftsverw.	Gstaad	Supporter Card
Steiner	Hansruedi	Molkerei Gstaad	Gstaad	Gold Card
Reuteler	Arthur	Bikesport Reuteler GmbH	Saanen	Supporter Card
Reuteler	Martin	Rieder Architektur AG	Saanen	Supporter Card
Rieder	Max	Rieder Architektur AG	Saanen	Gold Card
Romang	Christoph	Schuhhaus	Gstaad	Silver Card
Rothen	Beat	Typo Druck Rothen	Gstaad	Supporter Card
Sacchet	Alexander	Chaletbau Matti Architektur AG	Gstaad	Supporter Card
Schär	H. & L.	Elektrohuus von Allmen AG	Schönried	Gold Card
Schmid & Lutz	L. & H.	Hotel Ermitage-Golf	Schönried	Gold Card
Schranz	Peter	Spenglerei & Taxi	Saanen	Supporter Card
Seifritz	Roger	Gstaad Saanenland Tourismus	Saanenmöser	Supporter Card
Speth	Robert	Restaurant Chesery	Schönried	Gold Card
Thoenen	T. & U.	Thoenen Bauunternehmung	Gstaad	Gold Card
Von Allmen	Jürg	Saanen Bank	Saanen	Gold Card
von Grünigen	Andreas	Chaletbau Matti Architektur AG	Gstaad	Supporter Card
von Grünigen	Johann Peter	Drogerie, Parfümerie, Reform	Gstaad	Silver Card
von Känel	Peter	Die Mobiliar	Gstaad	Supporter Card
Wälti	Ernst	Lüftung & Klimatechnik AG	Lenk	Gold Card
Wampfler	Fritz	Halten	Saanen	Supporter Card
Widmann	Thomas	Chalet Aurora	Gstaad	Gold Card
Würsten	Fritz	Gebr. Würsten	Gstaad	Silver Card
Zeller	Ch. & Ch.	Viva Incentives	Gstaad	Gold Card
Zwygart	Michael	Egger Ingenieure AG	Gstaad	Supporter Card
Zwyssig	Eduardo	Gstaad Saanenland Tourismus	Saanen	Supporter Card

**GSTAAD SAANENLAND TOURISMUS**

CH-3780 Gstaad

Tel. +41 (0)33 748 81 81

Fax +41 (0)33 748 81 83

[www.gstaad.ch](http://www.gstaad.ch) • [info@gstaad.ch](mailto:info@gstaad.ch)



© Gstaad Saanenland Tourismus, Februar 2009

DESIGN & DRUCK: Müller Marketing & Druck AG, Gstaad

FOTOS: Gstaad Saanenland Tourismus, Anja Tanner



GSTAAD SAANENLAND TOURISMUS  
CH-3780 Gstaad, Tel. +41 33 748 81 81, Fax +41 33 748 81 83  
[www.gstaad.ch](http://www.gstaad.ch), [info@gstaad.ch](mailto:info@gstaad.ch)

SAANEN • SCHÖNRIED • SANNENMÖSER • ZWEISIMMEN • LAUENEN • GSTEIG • FEUTERSOEY • TURBACH • ABLÄNDSCHEN