



## **GSTAAD SAANENLAND TOURISMUS**

Haus des Gastes, Promenade 41, 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)



© Gstaad Saanenland Tourismus, Februar 2018

DESIGN & DRUCK: Müller Marketing & Druck AG, Gstaad

FOTOS: Gstaad Saanenland Tourismus

1.	BRIEF AN DIE MITGLIEDER	2
2.	TÄTIGKEITSBERICHT	3
2.1	Organigramm	3
2.2	Vorstandstätigkeit	3
2.3	Geschäftsleitung	4
2.4	Marketing	5
2.5	Guest Relations	10
2.5.1	Info Center & Reservation	10
2.5.2	Schalter und Tourismusbüros	11
2.6	Infrastrukturen	14
2.7	Ausbildung Lernende	15
2.8	Finanzen, Administration & Informatikdienste	16
2.9	Dorforganisationen	17
3.	JAHRESRECHNUNG 2016/17	19
4.	PROTOKOLL DER 24. ORDENTLICHEN HAUPTVERSAMMLUNG 2017	28
5.	GESCHÄFTSFÜHRUNGS- UND VERWALTUNGSORGANE	33
6.	TOURISMUS-STATISTIK	34
7.	WELCOME CARD	36

# 1. BRIEF AN DIE MITGLIEDER



## LIEBE MITGLIEDER

Wir blicken auf ein ereignisreiches Geschäftsjahr 2016/2017 zurück.

Anlässlich der Hauptversammlung GST vom März 2017 hat die Versammlung das Strategie-Papier „GST 2017-2020“ verabschiedet. GST hat sich dabei sechs Hauptaufgaben zur entsprechenden Bearbeitung zugewiesen. Auf der Management-Ebene sind dies die drei Themenblöcke:

- Touristische Führung der Destination
- Standort-Förderung
- Netzwerk & Koordination

Auf der kundenorientierten Aufgaben-Ebene stehen folgende drei Themenblöcke im Zentrum:

- Information & Beratung sowie Incoming Agentur
- Administration
- Infrastruktur

Innerhalb dieser Themenblöcke ist GST in den kommenden Jahren bestrebt, das touristische Angebot in der Destination zusammen mit unseren Partnern kontinuierlich zu verbessern und damit vorab die Bedürfnisse der Gäste zu befriedigen. Dabei gilt es zu berücksichtigen, dass im Tourismus leider nicht alle Rahmenbedingungen beeinflussbar sind. So kann z.B. auf Währungseinflüsse und meteorologische Ausnahmestände kaum wirkungsvoll reagiert werden. Umso wichtiger ist es daher, die beeinflussbaren Parameter unserer Destination möglichst wirkungsvoll einzusetzen. Neben der touristischen Grundlagen-Arbeit ist dazu das Bewusstsein jedes Einwohners unserer Destination zu fördern, dass er ein wichtiger Teil des touristischen Erfolgs darstellt. Freundlichkeit und Qualitätsbewusstsein sind elementare Erfolgsfaktoren unserer Destination. Sie können resp. müssen von allen Einwohnern unserer Tal-schaften jeden Tag von neuem vorgelebt werden.

Es freut uns sehr, konnte im Laufe des Sommers 2017 mit unserer touristischen Nachbar-Organisation an der Lenk ein Rahmenvertrag zur gezielten Zusammenarbeit in destinations-übergreifenden Themen abgeschlossen werden. Die gemeinsame Erledigung von Aufgaben soll einerseits dazu beitragen, unnötige Doppelspurigkeiten abzubauen. Andererseits zeigt es

klar auf, dass das vor einiger Zeit noch herrschende Konkurrenzdenken auf engem geografischem Raum klar der Vergangenheit angehört. In der heutigen mobilen Zeit befindet sich unsere touristische Konkurrenz schon lange nicht mehr im Nachbartal, sondern vielmehr in z.B. Mittelmeer- oder Städte-Destinationen, welche sich, gestützt auf attraktive und kostengünstige Angebote, innert kürzester (Flug-) Zeit bequem erreichen lassen. Vor diesem Hintergrund macht es daher Sinn, lokale Partnerschaften einzugehen, um damit unseren Gästen einen noch attraktiveren Aufenthalt bieten zu können.

Im Geschäftsjahr konnten mit den Destinations-Gemeinden, welche mitunter die wichtigsten Partner von GST sind, langfristige Finanzierungslösungen vereinbart werden. Dank dieser Mittel kann GST vor dem Hintergrund einer gesicherten finanziellen Grundlage die inskünftig anstehenden Arbeiten planen und umsetzen.

Herausfordernd war die Neubesetzung des Direktoren-Postens nach der im April 2017 erfolgten Kündigung unseres langjährigen Direktors Martin Bachofner. Der Vorstand schätzt sich überaus glücklich, dass nach einem intensiven Rekrutierungs-Verfahren in der Person von Sébastien Epiney ein erfahrener und sprachlich versierter Tourismus-Fachmann als Nachfolger gefunden werden konnte, welcher am 1. Oktober 2017 sein Amt angetreten hat.

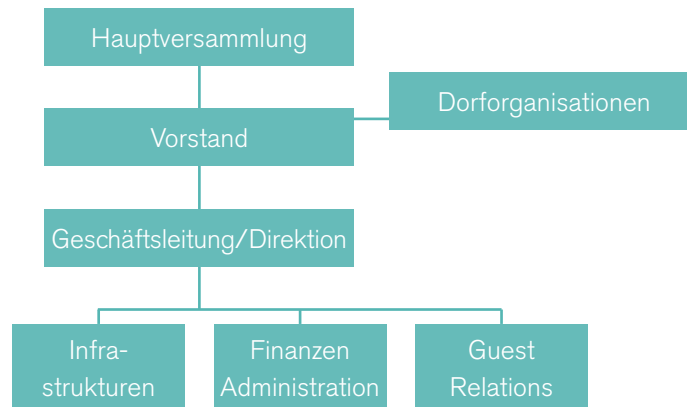
An dieser Stelle sei es schlussendlich nicht unterlassen, den Geschäftsleitungen GST und GM, den Mitarbeitern GST und GM sowie allen, die tagtäglich daran arbeiten, unsere Destination attraktiv zu halten und zu gestalten, ein grosses Dankeschön für ihren geleisteten Einsatz auszusprechen.

David Matti, Präsident GST

## 2. TÄTIGKEITSBERICHT



### 2.1 ORGANIGRAMM



### 2.2 VORSTANDSTÄTIGKEIT

#### Aufgaben

Der Vorstand trägt die oberste strategische Verantwortung über die Geschäftstätigkeit von Gstaad Saanenland Tourismus. Dazu gehört insbesondere die Überwachung und Beeinflussung der touristischen Entwicklung in der Destination. Im regulären Führungsrhythmus tagte der Vorstand im Berichtsjahr vier Mal. Einmal kam es zu einer ausserordentlichen Sitzung. Der Präsident, die Vizepräsidentin sowie der Direktor trafen sich zusätzlich alle 2 Wochen im sogenannten Führungsausschuss, wo strategische und operative Führungsthemen behandelt wurden. Darüber hinaus fanden zahlreiche weitere Sitzungen in themenabhängiger Zusammensetzung statt. So etwa die viermal jährlich stattfindenden Konferenzen mit den Präsidenten der Dorforganisationen oder die drei Sitzungen mit der Geschäftsprüfungskommission. Ebenfalls stark engagiert war der Vorstand in den Sitzungen rund um das Thema „Selektion neuer Direktor“.

#### Herausgegriffen

- Selektion und Einarbeitung des neuen Direktors

Die Kündigung von Martin Bachofner stellte den Vorstand vor eine grosse Herausforderung. Es ging darum sicherzustellen, die optimal geeignete Person zu identifizieren. Dieses Ziel konnte nicht einfach nur mit einem Inserat und darauffolgenden Vorstellungsgesprächen abgewickelt werden. Der Prozess wurde professionell begleitet. Am 15.06.2017 wurde mit Sébastien Epiney ein Nachfolger gewählt. Nach der Wahl wurde unter der Leitung des scheidenden Direktors in mehreren Einarbeitungsmeetings mit dem designierten Direktor ein nahtloser Übergang sichergestellt. An diesen Treffen nahmen themenspezifisch Mitglieder des Vorstands und der Geschäftsleitung GST teil. Sébastien Epiney trat sein Amt am 1. Oktober 2017 an.

### MITGLIEDER VORSTAND



David Matti  
Präsident



Christa Hauswirth  
Vizepräsidentin



Christiane Matti  
Mitglied



Carlo Bommes  
Mitglied

### MITGLIEDER VORSTAND (Fortsetzung)



Matthias Oehri  
Mitglied



Hansueli Brand  
Mitglied



Günter Weilguni  
Mitglied

### 2.3. GESCHÄFTSLEITUNG

#### Aufgaben

Die aus dem Direktor und den Bereichsleitern bestehende Geschäftsleitung ist das operative Führungsgremium von Gstaad Saanenland Tourismus. Sie arbeitet und trifft Entscheidungen im Rahmen von Leitlinien, Jahreszielsetzungen und Budgets.

#### Herausgegriffen

- Rezertifizierungsaudit ISO 9001:2015

Gstaad Saanenland Tourismus wurde erstmals 2001 durch die Firma SQS zertifiziert. Seither lässt sich GST regelmässig hinsichtlich Einhaltung der ISO Normen überprüfen. Am 16. Juni 2017 fand dazu ein grösseres Rezertifizierungsaudit statt. Zusätzlich konnte die Zertifizierung auch für die Gstaad Marketing GmbH und Zweisimmen Tourismus erreicht werden.

---

### GESCHÄFTSLEITUNG (Stand 31.10.17)



Sébastien Epiney  
Direktor



Michel Matti  
Vizedirektor



Andrea Riggerbach  
Leiterin Finanzen,  
Infrastrukturen & IT



Andreas Zoppas  
Leiter Guest Relations

## 2.4 MARKETING

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 formelle Genehmigung des Marketing-Geschäftsberichts ist durch die Gesellschaftsversammlung der Gstaad Marketing GmbH vom 25. Januar 2018 erfolgt.

Die strategische Leitung der Marketinggesellschaft liegt bei Sébastien Epiney (GST), Vorsitzender der strategischen Geschäftsführung, und Matthias In-Albon (BDG), strategischer Geschäftsführer. Neben GST und BDG sind der Hotelierverein und der Gewerbeverein an der Gesellschaft beteiligt. Andreas Wandfluh ist der operative Geschäftsführer.

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

### Marketingkommunikation

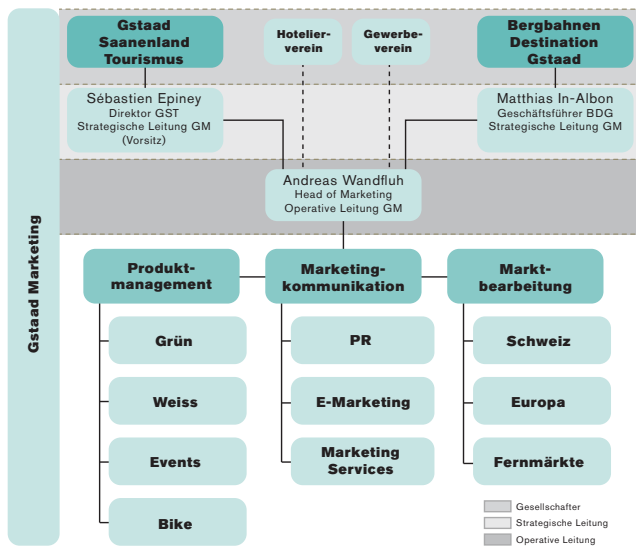
**PR:** Während das PR-Team beim GST losgelöst vom Marketing als Abteilung aufgestellt war, wurde es neu in den Bereich Marketingkommunikation integriert. Die PR-Abteilung erfüllt die Aufgaben der Pressestelle für die drei Firmen BDG, GST sowie GM und steuert deren interne Kommunikation, Produktkommunikation, Krisenkommunikation wie auch die Unternehmenskommunikation.

Neben neuen Aufgaben konnte die PR-Abteilung in ihren bestehenden Tätigkeiten zahlreiche Akzente für die Destination setzen. Sie führte 94 Medienreisen durch und verschickte 58 Medienmitteilungen. Im Ausland erzielte GM durch die drei Partner-Medienagenturen in Grossbritannien, Frankreich und Deutschland eine ständige Medienpräsenz in den genannten Ländern.

### E-Marketing

Webpage: Eine sanfte Restrukturierung der Webpage [www.gstaad.ch](http://www.gstaad.ch) wurde umgesetzt. Eine neue, benutzerfreundlichere Struktur soll den Umgang mit der Seite erleichtern. Zudem wurde die Einstiegsseite modernisiert.

Besonders erwähnenswert im Social Media Bereich ist die von GM konzipierte und von einer Produktionsfirma umgesetzte 4-er Videoreihe mit Kuhmotiven in Bezug auf die Kernwerte der Destination.



## MITARBEITER (Stand 31.10.17)



Andreas Wandfluh  
Head of Marketing



Kerstin Sonneckal  
Head of Marketing  
Communication



Patrick Bauer  
Head of Product  
Management



Thomas Schetty  
Head of Markets &  
Sales

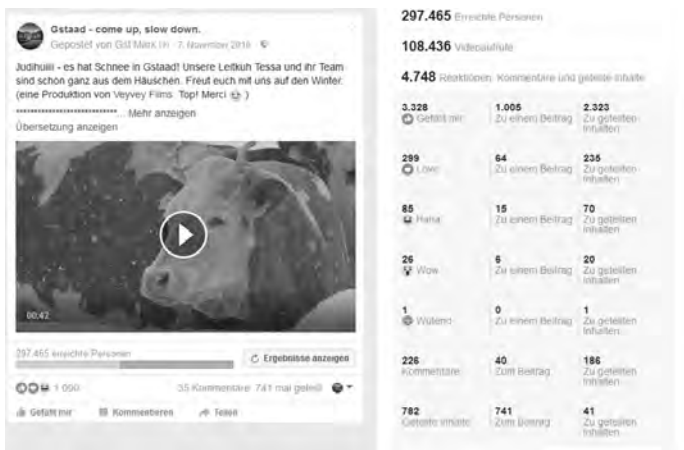


Claudia Tschudin  
Product Manager  
Events



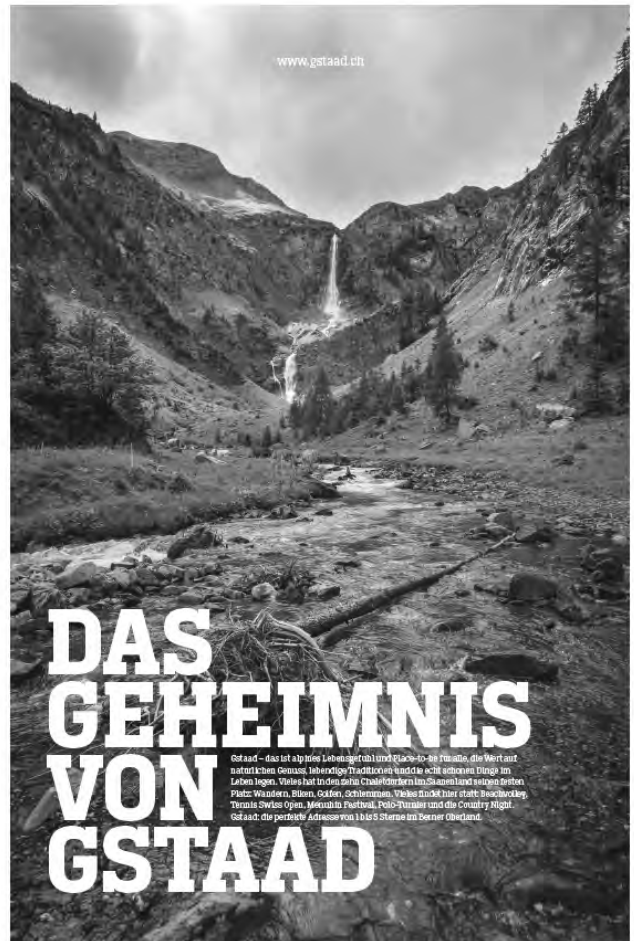
Remo Spieler  
Product Manager  
Green

Highlight hier war das Video „Gstaad has got Snow“ mit einer Reichweite von rund 300'000 Personen 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**

Winterkampagne 16/17. Die Umsetzung der Winterkampagne 16/17 mit dem 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, die Skier-Days zu steigern, Marktanteile in der Westschweiz zurückzugewinnen und das Image Gstaads als Skidestination zu stärken. Das Reporting der Kampagne zeigte, dass in puncto Impressionen, Klicks und gezeigten 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).



**Sommerbeilage „Das Geheimnis von Gstaad“**

Als Hauptteil der diesjährigen Sommerkampagne produzierte das Destinationsmarketing gemeinsam mit der Hausagentur «erdmanpeisker» einen Sonderbund in der Sonntagszeitung und in Le Temps. Gstaad wurde auf 12 redaktionell gestalteten Seiten in seinen zahlreichen Facetten charmant, spannend und genussvoll vorgestellt und damit Lust auf Ferien in unserer

**MITARBEITER** (Stand 31.10.17)



Sonja Teuscher  
Product Manager  
White



Mirjam Wolf  
Sales Manager



Sibylle Rüeegg  
Marketing Assistant



Antje Buchs  
PR Project Manager



Franziska Domann  
Marketing Manager



Selin Gempeler  
Marketing Assistant



Region geweckt. Der Sonderbund wurde zusätzlich der Lokalzeitung Anzeiger von Saanen und dem Thuner Tagesanzeiger beigelegt und erreichte in der Deutschschweiz eine Auflage von 331'862 Exemplaren. In der Romandie gelangte «Das Geheimnis von Gstaad» an 102'000 Leser.

### Marktbearbeitung

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



### Anpassung Märktestrategie

Im Sommer fanden intensive Gespräche zwischen diversen Leistungsträgern bezüglich der Gstaader Marktbearbeitungsstrategie statt. Um die in der Destinationsstrategie definierte Stossrichtung fundiert mittel- bis langfristig zu optimieren, wurden zusätzlich das Ausgabeverhalten von Gästen aus den spezifischen Ländern und die Gästestrukturen untersucht. Basierend darauf wurde die Strategie folgendermassen ausgestaltet:

- Fokusbereiche: Schweiz, UK, Nordamerika
- Weitere direkt bearbeitete Märkte: Deutschland, Frankreich, Belgien und GCC
- Keine Packages mit Schweiz Tourismus (gegenüber Vorjahr) für Indien, Südostasien und China

In der Schweiz konnte mit den oben erwähnten Kampagnen ein prominenter Auftritt realisiert werden. Weiter wurden über gezielte Massnahmen und Partnerschaften spezifische Produkte, Leistungsträger und Inhalte platziert.

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.

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 Rahmenprogramm vor Ort auch Gstaad im Spezifischen kennengelernt haben. Der Event war ein Erfolg und diente GM als Probelauf für die Bewerbung für den «Snow Travel Mart Switzerland 2018». Diese wurde bei ST eingereicht und Gstaad konnte sich gegen namhafte Konkurrenz durchsetzen, der STMS findet somit im März 2018 in unserer Destination statt. Wir dürfen uns somit bereits jetzt darauf freuen, die weltweiten Top-Reisefachhändler im Winterbereich im kommenden März in Gstaad willkommen zu heissen.

### Produktmanagement

Mit der Gründung von 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 (Winter und Sommer), Rad, Events, Kultur, die Hotellerie sowie Gastronomie sind dabei die Lead-Produkte.

### PM Grün

In diesem Sommer wurde mit der «GSTAAD Card» das Nachfolgeprodukt der «Gstaad Easy Access Card» eingeführt.

Im Oktober haben die Dorforganisationen Gstaad, Saanen, Saanenmöser und Schönried ein «Kids & Family Project» ins Leben gerufen. Zwei dorfverbindende, ganzjährig begehbare Erlebniswege für Gross und Klein werden den Erlebniswert der Feriendestination in Zukunft anreichern.

Auch dieses Jahr konnte die Destination wiederum das Zertifikat als Wellness-Destination verlängern. Zudem wurde oberhalb von Saanen die erste Station für die Grand Tour of Switzerland erstellt.

### PM Weiss

In der Vorbereitung auf den Winter 17/18 wurden neue Ski-Saisonabos geschaffen, neue Produkte auf den Markt gebracht und bestehende Angebote weiterentwickelt. So entstand im Playground Snowpark am Hornberg eine WildSide mit rund 10 Elementen und starkem Bezug zur natürlichen Umgebung. Sie startet beim Ausstieg der Sesselbahn Hornberg und führt bis zur Mittelstation Saanerslochgrat. Zudem wird eine neue Chill-Area angeboten. Inszenierte Pisten entstehen mit der «Klangpiste» von der Mittelstation Saanerslochgrat zur Talstation sowie mit dem «Rinder Slope» am Rinderberg.

Im Chalet-Style schön dekorierte Bergbahn-Gondeln (Foto) sind im Winter 2017/2018 in den Restaurants Le Muh in Zürich Oerlikon und Marzilbrücke in Bern im Einsatz. Darin werden Gstaader Fondue und andere Spezialitäten aus der Destination serviert.



### PM Events

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 von GM ihren Ursprung hatten. Nebst der Reise des Fondue-Caquelons (Frankfurt-Zürich-Gstaad), dem ersten Wandertag am Arnensee zusammen mit Radio Bern 1 und zahlreichen Bergbahnevents stand die Vorbereitung auf die anstehenden grossen Veranstaltungen „Snow Travel Mart Switzerland 2018“ (STMS) und „Swiss Orienteering Week 2019 (SOW) dann im Sommer im Vordergrund.



### PM Bike

Die Weiterentwicklung im Produktbereich Mountainbike, die Positionierung des Snow Bike Festivals als UCI Rennen und die Lancierung des Bergkönig-Events standen im Produktmanagement Bike auf dem Programm. Auf den bestehenden Routen konnten weitere Verbesserungen erzielt werden, wie beispielsweise durch befahrbare Zaunquerungen. Auf der Kommunikationsseite waren wir am «Hallo Velo» Event in Bern vertreten.

Gstaad Marketing hat Fahrt aufgenommen. Zweifelsohne kommen noch zahlreiche Herausforderungen auf die Destination 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 Jahr die Grundsteine gelegt worden, um das Marketing für die Destination erfolgreich zu gestalten.



## 2.5 GUEST RELATIONS

### 2.5.1 INFO CENTER & RESERVATION

#### Aufgaben und Aktivitäten

Die Abteilung Info Center & Reservation ist für Gäste, Einheimische und Leistungsträger eine wichtige Anlaufstelle für jegliche Anfragen und Rückmeldungen, dies trotz weiterhin starkem Zuwachs im Online-Bereich. Der von einem Jahr eingeführte Chat auf [www.gstaad.ch](http://www.gstaad.ch) wird unterdessen ebenfalls stärker frequentiert.

Die Tätigkeiten im Überblick:

#### Kundenberatung & Information

Im Geschäftsjahr 2016/2017 wurden über 17'500 Anrufe entgegengenommen. Im Vergleich zum Vorjahr ist dies eine enorme Zunahme von 43%. Die Zunahme ist zu einem sehr grossen Teil auf die neuen Tarifstrukturen der Skiabonnemente der Bergbahnen zurückzuführen.

#### Vermietung von Ferienwohnungen

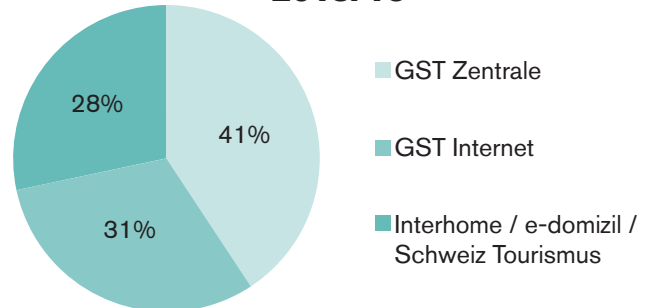
Per Ende Oktober 2017 waren bei GST 206 Ferienwohnungen, sämtliche Hotels der Destination und 10 Bed & Breakfast online buchbar.

Die Online-Buchungen über [www.gstaad.ch](http://www.gstaad.ch) haben um 13.7% zugenommen. Dies bestimmt auch aufgrund der neuen, buchbaren Zusatzleistungen wie Bergbahntickets, Kutschenfahrten, Besichtigung Käseherstellung, Boutique-Artikel, One day ski experience etc. Der Online-Shop wird fortlaufend mit neuen buchbaren Aktivitäten und Produkten angereichert. Bei den Verkaufsplattformen Interhome und e-domizil gingen 24,5% respektive 23% zusätzliche Buchungen ein.

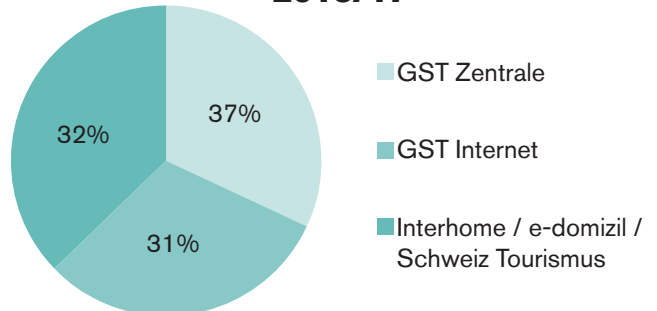
Der Gesamtumsatz der Direktreservation erhöhte sich um 4.5% von CHF 1'656'000 auf CHF 1'731'146.

#### Verhältnis/Entwicklung Buchungen über die verschiedenen Kanäle im Vergleich zum Vorjahr:

##### 2015/16



##### 2016/17



#### MITARBEITER (Stand 31.10.17)



Andreas Zoppas  
Leiter Guest Relations



Madlen Carini  
Leiterin Info Center &  
Reservation



Eliane Bachmann  
Info Center &  
Reservation



Susana Da Silva  
Info Center &  
Reservation



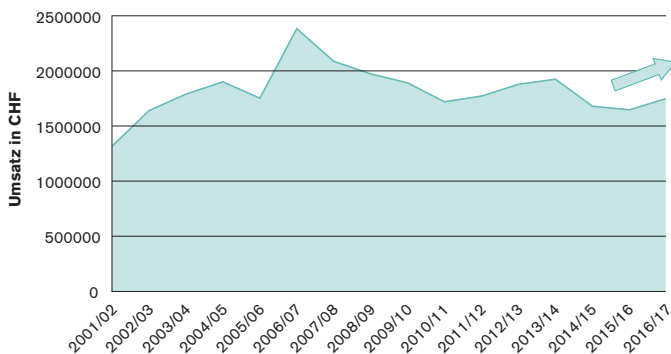
Ana-Maria Esposito  
Info Center &  
Reservation

## Hotel-Reservation

Bei der Anzahl der Hotel-Buchungen über die Reservationszentrale wurde im Berichtsjahr eine Zunahme von 12.8% erreicht. Der Umsatz wurde um 17% gesteigert (Höchstwert der vergangenen 5 Jahre). Die grossen Drittplattformen wie booking.com schöpfen weiterhin einen Grossteil des Hotel-Umsatzes ab. Die Abschlussquote bei Hotel- und Ferienwohnungsbuchungen beträgt sehr gute 39.8 % (Anzahl gestellter Offerten im Vergleich mit abgeschlossenen Buchungen).

## Herausgegriffen

Die Talsohle scheint erreicht. Die Umsätze der Direktreservation zeigen tendenziell wieder nach oben (Hotels, Ferienwohnungen und B&B's):



## Swiss Holiday Home Award

Knapp am Sieg vorbei...GSTAAD auf dem hervorragenden 2. Rang!

Der „Swiss Holiday Home Award“ honoriert herausragende Leistungen von Schweizer Tourismusorganisationen im Bereich des Ferienwohnungs-Angebots. Im Jahr 2012 wurde zum ersten Mal eine Tourismusorganisation mit dem Titel „Ferienwohnungs-Destination des Jahres“ ausgezeichnet.

Nachdem die Feriendestination Gstaad bereits mehrmals vorne mit dabei war und den Award im Jahr 2015 gewann, platzierte sich Gstaad auch im 2017 beinahe an der Spitze, diesmal auf dem 2. Rang.

## 2.5.2 SCHALTER UND TOURISMUSBÜROS

### Aufgaben und Aktivitäten

Die Abteilung Gästeberatung und Tourismusbüros zeichnet verantwortlich für das Führen der Tourismusbüros Gstaad, Saanen, Saanenmöser und Zweisimmen. Die beiden Aussenstellen Gsteig und Lauenen werden in einer Kooperation durch Mitarbeiter der Saanen Bank geführt. In Schönried übernimmt die MOB das Führen des Tourismusbüros, während GST den Bahnhof Saanenmöser „betreut“. Die beiden kleinen Infostellen Turbach und Abländschen werden seit mehreren Jahren privat geführt. Zwischen den aufgeführten Tourismusbüros herrscht ein reger Austausch, monatlich findet eine entsprechende Info-Sitzung statt.

Die verschiedenen Büros (als Beispiel Gstaad) übernehmen Arbeiten und Verkaufsaktivitäten wie:

- Touristische Beratung und Information
- Ticketverkäufe für Top-Events und Bergbahnen
- Ticketverkäufe für verschiedene, kleinere Anlässe in der Region
- Verkauf von Boutique-Artikeln, Aktivitäten, Wanderkarten, Büchern, Parkkarten, Fischerpatenten, Langlaufpässen etc.
- Buchen von Ferienwohnungen und Hotels

An einem sehr gut frequentierten Tag werden in Gstaad bis zu 670 Gäste und Einheimische beraten. Insgesamt wurden im Geschäftsjahr im Tourismusbüro Gstaad 52'327 Gästefrequenzen gemessen. Das Tourismusbüro Gstaad ist während der Hochsaison 7/7- und in der Nebensaison 6/7 Tage pro Woche geöffnet.

**MITARBEITER**  
(Stand 31.10.17)



Andreas Zoppas  
Leiter Guest Relations



Anja Brand  
Leiterin Tourismusbüros

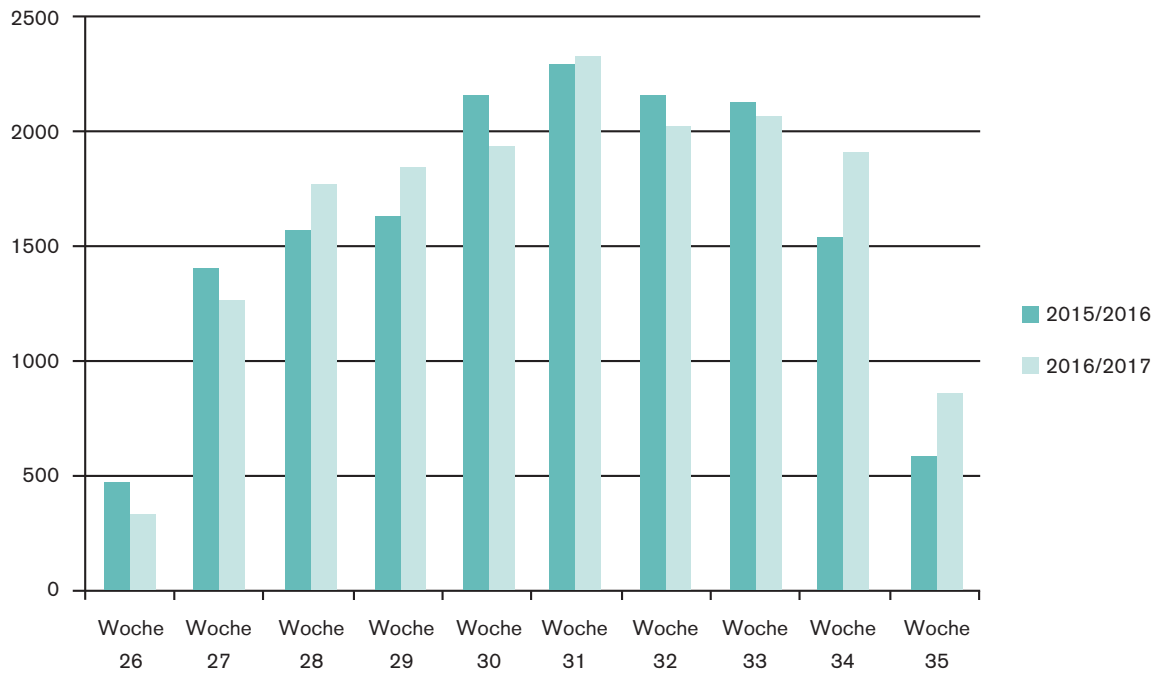


Cécilia Buri  
Fachleiterin Ticketing



Irene Kappeler  
Direktionsassistentin

Auszug Besucher Juli-August, nach Wochen:



Besucher Wintersaison nach Monaten:



Marlis von Grünigen  
Sachbearbeiterin  
Tourismusbüros



Eliane Zürcher  
Sachbearbeiterin  
Tourismusbüros



Laura Annen  
Sachbearbeiterin  
Tourismusbüros



Corinne Bürki  
TB Saanen



Rebecca Ballif  
TB Saanenmöser



*Im Januar 2017 fanden die bilingualen Skilager „Deux im Schnee“ mit 400 Teilnehmern erneut statt*



Jolanda Romang  
TB Turbach



Franziska Gerber  
TB Schönried



Hanspeter Dänzer  
TB Abländschen



Barbara Rubin  
Sachbearbeiterin  
Tourismusbüros



Josefine Stattaus  
Leiterin  
TB Zweisimmen



Sarah Reusser  
TB Zweisimmen



Nicole Schulze  
TB Zweisimmen



Elisabeth Brand  
TB Lauenen



Kathrin Hauswirth  
TB Gsteig

### 2.6 INFRASTRUKTUREN

#### Aufgaben und Aktivitäten

GST betreibt, unterhält und pflegt mit seiner vierköpfigen Werkgruppe und der Hilfe von Dritten mehrere touristische Gäste-Infrastrukturen in den drei Gemeinden Saanen, Gsteig und Lauenen. Zusätzlich unterstützt die Werkgruppe während dem Jahr diverse Events.

#### Betrieb von Infrastrukturen

##### Winterwanderwege

Die total 120 km Winterwanderwege im Saanenland werden von Jahr zu Jahr vermehrt genutzt und sind ein sehr wichtiges touristisches Angebot der Destination Gstaad. Sie wurden in Zusammenarbeit mit verschiedenen Subunternehmern während 2'077 Stunden (95 Stunden unter dem Mittelwert der letzten 5 Jahre) an sieben Tagen pro Woche unterhalten. Die GST Werkgruppe hat 56% dieses Aufwands selber geleistet. Das Team war während 1'153 Stunden am Schneeräumen, Wegepressen und Eispickeln.

##### Langlaufloipen

Die Langlaufloipen sind im Saanenland auf vier Täler verteilt. Der Unterhalt ist sehr kostenintensiv, brauchen wir doch 4 Loipenmaschinen im Wert von je CHF 200'000. Das GST-Team war während 1'209 Stunden an sieben Tagen pro Woche, auch bei Schneesturm und grosser Kälte unterwegs. Die Loipen waren an 69 Tagen geöffnet (30 Tage unter dem Mittelwert der letzten 5 Jahre). Verkauft wurden 548 CH-Saisonpässe und 2'165 Tageskarten.



*Loipenstart in Saanenmöser am 01. Februar 2017*

##### Kinderspielplätze

Im Saanenland werden zehn Kinderspielplätze durch GST den Gästen und Einheimischen gratis zur Verfügung gestellt. Um die Sicherheit zu gewährleisten, werden jedes Jahr alte Geräte instand gesetzt oder durch neue ersetzt. Für den Unterhalt wie Rasen mähen, Abfall entsorgen etc. wurden 656 Stunden (Vorjahr 651) aufgewendet.

### MITARBEITER (Stand 31.10.17)



Michel Matti  
Leiter Infrastrukturen



Andrea Riggerbach  
Leiterin Finanzen,  
Infrastrukturen & IT



Toni Ryter  
Leiter Werkgruppe



Peter Oehrli  
Mitarbeiter  
Werkgruppe



Markus Schwizgebel  
Mitarbeiter  
Werkgruppe



Lars Oehrli  
Mitarbeiter  
Werkgruppe





### Feuerstellen und Ruhebänke

Für die Sicherstellung der Sauberkeit und das Auffüllen der ca. 80 – 100 Steer Brennholz für die 14 öffentlichen Feuerstellen und das Instandhalten der über 225 Ruhebänke wurden 1'591 (Vorjahr 1'613) Arbeitsstunden aufgewendet.

### Camping Saanen

Seit 2006 hat Bettina Schopfer unseren Camping gepachtet. Mit viel Engagement und Herzblut unternimmt sie alles, um den Gästen einen angenehmen und unvergesslichen Aufenthalt im schönen Saanenland zu ermöglichen.

## 2.7 AUSBILDUNG LERNENDE

Im Geschäftsjahr wurden bei Gstaad Saanenland Tourismus wie bis anhin sechs Lernende ausgebildet. Die Lernenden eignen sich während 3 Jahren in den vier verschiedenen Abteilungen ein fundiertes Fachwissen an. Laura Annen und Sina Marti schlossen ihre Lehre im Juli 2017 mit Top-Resultaten ab (1x 1. Rang) und wurden beide für ihre besonderen Leistungen gewürdigt.



*Laura Annen (links) und Sina Marti (rechts) haben ihre Ausbildung sehr erfolgreich abgeschlossen.*

---

## MITARBEITER (Stand 31.10.17)



Yves Zürcher  
3. Lehrjahr



Tamara Elsässer  
3. Lehrjahr



Raymond Turrian  
2. Lehrjahr



Levi Brand  
2. Lehrjahr



Sarah Kohli  
1. Lehrjahr



Dina Bütschi  
1. Lehrjahr

## 2.8 FINANZEN, ADMINISTRATION & INFORMATIKDIENSTE

### Aufgaben und Aktivitäten

Der Bereich Finanzen und Administration nimmt folgende Aufgaben wahr:

### Zahlungsverkehr und Rechnungswesen

Die Kernaufgaben des Bereichs sind die Abwicklung des Zahlungsverkehrs sowie die Betriebs- und Finanzbuchhaltung für GST und Gstaad Marketing GmbH. Darüber hinaus werden aber auch diverse Abrechnungen und Mandate wahrgenommen: z.B. Buchhaltung Zweisimmen Tourismus, Welcome-Card-System, Event-Ticketing.

### Controlling

Jeder Bereichsleiter führt eine detaillierte Ausgabenkontrolle für seine Abteilung. Um Budgetabweichungen rechtzeitig zu erkennen und schnellstmöglich Massnahmen ergreifen zu können, werden pro Geschäftsjahr zwei umfassende Controllings durchgeführt (30. April und 31. August).

### Welcome Card System

Die Mitarbeiter der Abteilung kümmern sich um die Administration des Welcome Card-Systems, das zurzeit 85 Mitglieder zählt. Sie sorgen auch für die Zustellung der jeweiligen Leistungspakete und bearbeiten Kundenkontakte.

### Personaladministration

GST beschäftigte im letzten Geschäftsjahr 35 Mitarbeitende auf 34.3 Stellenprozente verteilt. Der Mitarbeiterwechsel ist im Dienstleistungssektor recht hoch. Im vergangenen Geschäftsjahr haben 9 Mitarbeitende GST verlassen. Die durchschnittliche Anstellungsdauer beträgt 5.4 Jahre, was über dem Mittelwert (4.2 Jahre) der letzten 10 Jahre liegt.

### Informationstechnologie

Gstaad Saanenland Tourismus, Gstaad Marketing GmbH, die Bergbahnen Destination Gstaad AG und der Tarifverbund Gstaad GmbH betreiben gemeinsame Serveranlagen und ein integriertes Netzwerk mit mehr als 110 Arbeitsplätzen, 50 Druckern, 71 Aussenstellen und mehr als 100 Netzgeräten. Die im Frühling 2010 in Betrieb genommene IT-Serveranlage läuft zur vollen Zufriedenheit. Die IT Abteilung hat im Mai zusätzlich den Bereich Skidata übernommen und das Team wurde um einen Mitarbeiter der Bergbahnen Destination Gstaad AG verstärkt. Über das ganze Geschäftsjahr wurden 4'097 Stunden für die Informatikdienste aufgewendet.

## MITARBEITER

(Stand 31.10.17)



Michel Matti  
Leiter Finanzen &  
Administration / IT



Andrea Riggenbach  
Leiterin Finanzen,  
Infrastrukturen & IT



Monika Marti  
Leiterin Rechnungswesen / Kurtaxen



Jasmin Sauer  
Kurtaxen



Adrian Naegeli  
Leiter Informatikdienste



Gerhard Nydegger  
Mitarbeiter  
Informatikdienste



Maria Olivia Miranda  
Da Silva  
Reinigungsdienst

## 2.9 DORFORGANISATIONEN

### Aufgaben und Aktivitäten

Gstaad Saanenland Tourismus verfügt in jedem Dorf der Ferienregion über eine Dorforganisation. Gemäss den Statuten sind diese zuständig für den Ortsschmuck, die Stammgästepflege und lokale Veranstaltungen. Details sind in den Dorf-Geschäftsberichten zusammengefasst. Die Schwerpunkte:

### Abländschen

Die neuen Werbekleber mit dem Abländschenlogo finden Anklang. Zu finden sind diese unter anderem im neuen «Gastlosenhüttli» beim Parkplatz Zytbödeli. Dort können Gäste rund um die Uhr lokale Produkte (Käse, Wurst, Fondue, Honig) kaufen.

Das Berghotel zum Weissen Kreuz wurde im Sommer 2017 letztmals von der Familie Liechti-Stalder betrieben. Monika und Martin haben über viele Jahre den Hotelbetrieb über die Sommersaison geführt und treten nun in den wohlverdienten Ruhestand. Die Familie Rolle hat das Hotel 2016 gekauft. Nach den geplanten Renovationsarbeiten wollen sie das Hotel in Zukunft ganzjährig offenhalten. Sicher ein Mehrwert ist dies für das touristische Angebot in Abländschen.

### Gstaad

Rechtzeitig auf die Sommersaison wurden auf Initiative der Dorforganisation die fünf Brunnen im Dorf Gstaad mit einer Plakette in vier Sprachen vermerkt: Trinkwasser, eau potable, acqua potabile, Santé. Geniessen Sie also gesundes, frisches Trinkwasser und füllen Sie Ihre Trinkflasche auf. Wir können uns glücklich schätzen, in einer so wunderbaren Natur mit gesunden Ressourcen leben zu dürfen. Ein weiteres Highlight war die Einweihung des neuen Fondue Caquelons auf der Käsegrotte in der Bissen bei Gstaad. Die Dorforganisation Gstaad durfte diese Geschichte ebenfalls unterstützen und empfiehlt das Erlebnis jeder Familie für ein leckeres Fondue unter Freunden mit bis zu acht Personen.

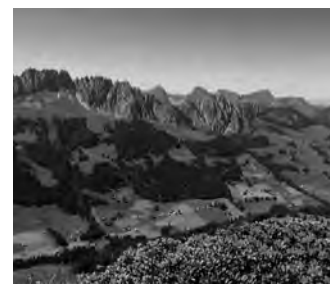
### Gsteig/ Feutersoey

Das letzte 24h-Stunden-Rennen auf dem Heiti konnte dank der riesigen Anstrengungen des Organisationskomitees unter besten Verhältnissen durchgeführt werden. Ebenfalls von prächtigem Wetter profitierten 2017 weitere Sportanlässe wie zum Beispiel das Vintage Bike Festival BERGKÖNIG aber auch das Snow Bike Festival und die Tour de Romandie, die Gsteig kurz besuchten.

Der Gsteigmäret ist jedes Jahr das Highlight der Veranstaltungen, die von der Dorforganisation durchgeführt werden. Auch 2017 fand der Gsteigmäret wieder grossen Anklang. Der Aperó für alle, der zum zweiten Mal im Rahmen des Gsteigmäret durchgeführt wurde, erfreut sich auch immer grösserer Beliebtheit.

### Lauenen

Ein trauriger Winteranfang ohne Schnee. Zum Glück ist der Lauenensee gefroren und die Strasse zum See befahrbar. Wer nach hinten wanderte, tat etwas für die Fitness und auch noch für die zeitweise angespannte Parksituation. Der zugefrorene See ist ein Naturwunder. Es hat sogar eingefrorene Fische und man sieht zwischen den Schlittschuhen bis auf den Boden hinunter.





Viele Anlässe wie die 1. August-Feier, das Openair, der Bergkönig, der Lauener Märit, Jodlerkonzerte, Vereine, Theater, Konzerte, Schulanlässe, singende Kutschenfahrer, die K.U.H., das Lädeli, gut geführte Gaststuben und vieles andere, geben dem Dorf LEBEN.

### **Saanen**

Die Investition in den multifunktionellen Musikpavillon am Sanonaplatz haben sich bereits im ersten Betriebsjahr mehr als gelohnt und es konnten zahlreiche Anlässe durchgeführt werden wie: Postenlauf für Schulkinder der John F. Kennedy School und einheimischer Schulen, Empfang des FC Thun anlässlich des Trainingslagers in Saanen, Kochkurse, Einblick in die Kultur der Bevölkerung von Kirgisistan, Verschiedenste Live-Konzerte, Classic Cars & Music, Zumba-Kurse, Samichlous am 6. Dezember.



Die Häuser auf der von Grünigen Matte füllen sich mit Leben und runden das Angebot an Geschäften ab. Kritiker dieser Grossüberbauung und auch der Überbauung La Gare erkennen nun wohl auch den Mehrwert dieser Neubauten, die viele zusätzliche Bewohner und somit Kunden ins Dorf bringen. Weitere folgen mit der Grossüberbauung der ehemaligen Garage Eschler/Knecht.

### **Saanenmöser**

Mobilität mit Nebenwirkungen...

...brachte die kurzfristige Einführung der Parkgebühren in Saanenmöser und Schönried mit sich. Diese Aktion war aus touristischer Sicht weder zeitlich ideal noch durchdacht und führte entsprechend zu vielen Beanstandungen. So setzten sich Vertreter der Bergbahnen, des Tourismus, der Gemeinde sowie dem Hotelierverein und dem Gewerbe zusammen, um eine nachhaltige und machbare Lösung zu finden. Im Winter gibt es nun in den Dörfern Saanenmöser und Schönried kostenpflichtige Parkplätze tarifangepasst, im Sommer bleibt das Parkieren gratis. Im Wissen, nicht allen Wünschen gerecht zu werden, konnte mit dieser Variante für die meisten Autofahrer eine zufriedenstellende Lösung erarbeitet werden.



### **Schönried**

Verschiedene Anlässe und Veranstaltungen sind für Schönried, aber auch für die ganze Region von grosser Wichtigkeit. Wir haben das Glück, initiative Vereine zu haben, welche keinen Aufwand scheuen, entsprechende Anlässe zu organisieren: GrandPrix Migros, internationale FIS-Rennen am Horneggli, Gspan-Sufsunntig, iXS Rookies Cup, oberländisches Treichlertreffen.

Die Arbeitsgruppe „Verkehrssituation Schönried“ ist mitten in den Arbeiten. Es zeichnen sich verschiedene mögliche Verbesserungen ab. Ziel dieser Arbeitsgruppe, ist bei einer Gesamtsicht der Situation eine Verbesserung für alle Verkehrsteilnehmer zu erreichen. Es wird davon ausgegangen, dass im Verlaufe des Frühlings eine Mitwirkung gestartet wird.



### **Turbach**

Im Winter besuchte uns das Snow-Bike Festival und im Sommer der Bergkönig. Es scheint, dass der Turbach die Velofahrer zu Höchstleistungen inspiriert, darum besuchten sie uns mit beiden Veranstaltungen dieses Jahr erneut. Das schöne Wetter im Sommer und die schönen Bauernhäuser mit ihrer Blumenpracht bescherten uns viele Besucher, seien es Wanderer, Velofahrer und Spaziergänger aus nah und fern.

# 3. JAHRESRECHNUNG 2016/17



## 3.1 BILANZ

	Bilanz 31.10.16		Bilanz 31.10.17	
<b>AKTIVEN</b>	<b>6'570'317</b>	<b>100%</b>	<b>6'278'255</b>	<b>100%</b>
<b>UMLAUFVERMÖGEN</b>	<b>1'434'214</b>	<b>21.8%</b>	<b>1'317'352</b>	<b>21.0%</b>
Flüssige Mittel	279'640	4.3%	203'991	3.2%
Forderungen	1'023'622	15.6%	1'047'243	16.7%
Warenvorräte	34'593	0.5%	26'187	0.4%
Aktive Rechnungsabgrenzung	96'359	1.5%	39'931	0.6%
<b>ANLAGEVERMÖGEN</b>	<b>5'136'103</b>	<b>78.2%</b>	<b>4'960'903</b>	<b>79.0%</b>
Finanzanlagen	20'100	0.3%	20'100	0.3%
Mobile Sachanlagen	54'502	0.8%	26'802	0.4%
Fahrzeuge	176'500	2.7%	144'000	2.3%
Immobilien Haus des Gastes	2'950'000	44.9%	2'855'000	45.5%
Übrige Immobilien	1'935'001	29.5%	1'915'001	30.5%
<b>PASSIVEN</b>	<b>6'570'317</b>	<b>100%</b>	<b>6'278'255</b>	<b>100%</b>
<b>KURZFRISTIGES FREMDKAPITAL</b>	<b>2'358'171</b>	<b>35.9%</b>	<b>2'033'046</b>	<b>32.4%</b>
Kurzfristige Verpflichtungen	1'818'601	27.7%	1'586'665	25.3%
Passive Rechnungsabgrenzung	539'570	8.2%	446'801	7.1%
<b>LANGFRISTIGES FREMDKAPITAL</b>	<b>3'116'850</b>	<b>47.4%</b>	<b>3'101'850</b>	<b>49.4%</b>
Darlehen öffentliche Hand	425'000	6.5%	410'000	6.5%
Hypotheken	2'567'000	39.1%	2'567'000	40.9%
Rückstellungen langfristig	124'850	1.9%	124'850	2.0%
<b>EIGENKAPITAL</b>	<b>1'140'428</b>	<b>17.4%</b>	<b>1'104'444</b>	<b>17.6%</b>
Vereinsvermögen	854'168	13.0%	809'036	12.9%
Kontokorrent Dorforganisationen	286'260	4.4%	295'408	4.7%
<b>UNTERNEHMENSGEWINN/ VERLUST</b>	<b>-45'132</b>	<b>-0.7%</b>	<b>38'495</b>	<b>0.6%</b>

**3.2 ERFOLGSRECHNUNG**

	Rechnung 2014/15	Rechnung 2015/16	Rechnung 2016/17
<b>BETRIEBSERTRAG</b>	<b>11'007'518</b>	<b>10'290'995</b>	<b>8'066'591</b>
Ticket- und Warenverkauf	1'841'523	1'808'835	1'644'887
Kurtaxen netto	2'715'395	2'627'769	2'652'961
Marketingleistungen	65'097	51'844	-
Gemeinden & Kanton Bern	1'886'548	1'392'575	320'000
Tourismusförderungsabgabe	1'330'814	1'301'309	1'197'727
Direktreservation	1'708'930	1'671'226	1'743'850
Übrige Dienstleistungen	248'869	284'095	303'663
Erlösminderungen	-4	-13'795	-12'219
Welcome- & easyaccess cards	958'526	928'102	-
Dorforganisationen	251'820	239'035	215'722
<b>SACHAUFWAND BETRIEB</b>	<b>7'018'441</b>	<b>6'390'973</b>	<b>4'975'021</b>
Ticket- und Warenaufwand	1'566'875	1'567'519	1'403'394
Gäste Information und Animation	108'045	145'939	88'187
Touristische Infrastrukturen	299'698	340'308	292'326
Marketing und Projekte	2'244'968	1'608'813	1'347'669
Direktreservation	1'588'509	1'561'257	1'627'723
Welcome- & easyaccess cards	958'526	928'102	-
Dorforganisationen	251'820	239'035	215'722
<b>BRUTTOERGEBNIS 1</b>	<b>3'989'077</b>	<b>3'900'021</b>	<b>3'091'570</b>
<b>PERSONALAUFWAND</b>	<b>3'043'452</b>	<b>3'031'597</b>	<b>2'392'864</b>
<b>ÜBRIGER BETRIEBL. AUFWAND</b>	<b>870'392</b>	<b>848'536</b>	<b>724'166</b>
Administrativaufwand	641'951	577'650	490'361
Raumaufwand	228'441	270'886	233'805
<b>EBITDA BETRIEBSERGEBNIS</b>	<b>75'233</b>	<b>19'888</b>	<b>-25'460</b>
Abschreibungen	242'025	354'206	253'199
Finanzaufwand und -ertrag	2'898	3'051	3'233
Erfolg Liegenschaften	-186'414	-259'629	-251'430
ao. & periodenfremder Erfolg	85'836	-32'607	-68'957
<b>UNTERNEHMENSGEWINN/ VERLUST</b>	<b>-69'112</b>	<b>-45'132</b>	<b>38'495</b>

### 3.3 DETAIL ÖFFENTLICH-RECHTLICHE ERTRÄGE

	Rechnung 2014/15	Rechnung 2015/16	Rechnung 2016/17
<b>KURTAXEN NETTO</b>	<b>2'715'395</b>	<b>2'627'769</b>	<b>2'652'961</b>
<b>ERTRAG KURTAXEN BRUTTO</b>	<b>2'851'205</b>	<b>2'758'815</b>	<b>2'775'183</b>
Ertrag Kurtaxen HOTEL	1'043'609	1'012'323	1'048'703
Ertrag Kurtaxen Gruppen / Camping	118'750	91'758	87'414
Ertrag Kurtaxenpauschalen	1'688'846	1'654'734	1'639'066
./ Anteil Kurtaxen Gstaad Card	-135'810	-131'045	-122'222
<b>GEMEINDEN &amp; KANTON BERN</b>	<b>1'886'548</b>	<b>1'392'575</b>	<b>320'000</b>
Gemeindebeitrag Saanen	1'250'000	850'000	250'000
Gemeindebeitrag Lauenen	90'000	40'000	-
Gemeindebeitrag Gsteig	80'000	30'000	10'000
Gemeindebeitrag Zweisimmen	60'000	60'000	60'000
Kanton Bern Beherbergungsabgabe	406'548	412'575	-
<b>TOURISMUSFÖRDERUNGSABGABE</b>	<b>1'330'814</b>	<b>1'301'309</b>	<b>1'197'727</b>
Auswärtige Geschäftsbeiträge	21'835	24'939	25'587
TFA Saanen / Lauenen / Gsteig	981'979	949'370	912'140
TFA Hotelierverein	260'000	260'000	260'000
TFA Zweisimmen	67'000	67'000	-

**3.4 KOSTENSTELLENRECHNUNG** (Kurtaxen – Tourismusförderung – Gemeindebeitragsrechnung)

	<b>Total</b>
<b>BETRIEBSERTRÄGE NETTO</b>	
Nettoergebnis Warenverkauf	123'117
Dienstleistungserträge	409'819
Kommissionsertrag Direktreservation	116'127
Umteilung Gemeinkosten Erträge	-
<b>TOTAL BETRIEBSERTRÄGE VOR KURTAXEN UND GEMEINDEBEITRÄGEN</b>	<b>649'063</b>
<b>BETRIEBSAUFWAND NETTO</b>	
Mitarbeiteraufwand	2'392'864
Sachkosten, Büro- & Kommunikationsaufwand	2'040'097
Nettoergebnis Liegenschaften	-17'626
Abschreibungen, Zinsaufwand & Neutraler Erfolg	365'921
Gemeinkostenanteil Finanz & Administration	-
<b>TOTAL BETRIEBSAUFWAND</b>	<b>4'781'256</b>
<b>DURCH ZWECKBESTIMMTE BEITRÄGE ZU DECKENDER BETRIEBSAUFWAND (KURTAXEN, TFA &amp; GEMEINDE)</b>	<b>4'132'193</b>
Kurtaxenerträge	2'652'961
./.. Durch Kurtaxen zu deckender Betriebsaufwand	2'780'498
<b>KURTAXENDEFIZIT NACH DECKUNG BETRIEBSAUFWAND</b>	<b>-127'537</b>
<b>VERWENDUNG ZWECKBESTIMMTE BEITRÄGE (TFA &amp; Gemeinde)</b>	
Erträge Tourismusförderungsabgabe (TFA)	1'197'727
Kantons- & Gemeindebeiträge Marketing	-
./.. Aufwände Marketing & PR / externe Projekte	-1'351'695
<b>UNTERDECKUNG MARKETING &amp; VERKAUF</b>	<b>-153'968</b>
Gemeindebeiträge nicht zweckbestimmt	320'000
./.. Unterdeckung Kurtaxen (Kurtaxendefizit)	-127'537
./.. Unterdeckung Marketing & Verkauf	-153'968
<b>UNTERNEHMENSGEWINN</b>	<b>38'495</b>



	Guest Relations (inkl. Ticketing)	Events (inkl. Beiträge)	Infrastrukturen für Gäste	Marketing / PR	Gemeinkosten: GL + Finanz & Adminis- tration + EDV + Projekte
	123'117	-	-	-	-
	15'516	168	118'206	-	275'929
	116'127	-	-	-	-
	200'452	9'515	65'962	-	-275'929
	<b>455'212</b>	<b>9'683</b>	<b>184'168</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
	992'771	47'122	326'686	-	1'026'285
	226'682	13'813	309'339	1'307'676	182'587
	114'879	-	51'452	-	-183'957
	136'988	16'768	121'808	-	90'357
	766'186	38'456	266'611	44'019	-1'115'272
	<b>2'237'506</b>	<b>116'159</b>	<b>1'075'896</b>	<b>1'351'695</b>	<b>-</b>
	<b>1'782'294</b>	<b>106'476</b>	<b>891'728</b>	<b>1'351'695</b>	<b>-</b>

--	--	--	--	--

**3.5 ABSCHREIBUNGSTABELLE**

	Bilanzwert 01.11.2016	Zuwachs 2016/17	Wert per 31.10.2017	Abschrei- bungen per 31.10.2017		Bilanzwert 31.10.2017
<b>ANLAGEVERMÖGEN</b>	<b>5'136'103</b>	<b>77'999</b>	<b>5'214'102</b>	<b>253'199</b>	<b>4.9%</b>	<b>4'960'903</b>
<b>WERTSCHRIFTEN</b>	<b>20'100</b>	<b>-</b>	<b>20'100</b>	<b>-</b>	<b>0.0%</b>	<b>20'100</b>
<b>MOBILE SACHANLAGEN</b>	<b>54'502</b>	<b>-</b>	<b>54'502</b>	<b>27'700</b>	<b>50.8%</b>	<b>26'802</b>
Büromobilien	2'500	-	2'500	1'200	48.0%	1'300
EDV Anlagen	45'000	-	45'000	23'000	51.1%	22'000
Büromaschinen	1'000	-	1'000	500	50.0%	500
Maschinen	6'000	-	6'000	3'000	50.0%	3'000
Werkzeug	1	-	1	-	0.0%	1
Mobilien Whg S'möser	1	-	1	-	0.0%	1
<b>FAHRZEUGE</b>	<b>176'500</b>	<b>67'293</b>	<b>243'793</b>	<b>99'793</b>	<b>40.9%</b>	<b>144'000</b>
Fahrzeuge	7'500	-	7'500	3'500	46.7%	4'000
Werkfahrzeug	169'000	67'293	236'293	96'293	40.8%	140'000
<b>IMMOBILE SACHANLAGEN</b>	<b>4'885'001</b>	<b>10'706</b>	<b>4'895'707</b>	<b>125'706</b>	<b>2.6%</b>	<b>4'770'001</b>
Immobilie Haus des Gastes	4'400'000	10'706	4'410'706	105'706	3.6%	4'305'000
Immobilien Beitrag öffentliche Hand	-1'450'000	-	-1'450'000	-	-	-1'450'000
Lagerraum Rotli Gstaad	250'000	-	250'000	-	0.0%	250'000
Spiel- + Sportanlagen Gstaad/Saanen	30'000	-	30'000	-	0.0%	30'000
Infrastruktur (Infochalets)	15'000	-	15'000	-	0.0%	15'000
Land & Wald Gstaad	-	-	-	-	-	-
Campingplatz Saanen	1'030'000	-	1'030'000	20'000	1.9%	1'010'000
Tennisplatz Saanen	1	-	1	-	0.0%	1
Garagenplatz Schönried	30'000	-	30'000	-	0.0%	30'000
Tennisplatz Schönried	40'000	-	40'000	-	0.0%	40'000
Brüggmatte & Wald Schönried	-	-	-	-	-	-
Stwe Chalet Birke Saanenmöser	540'000	-	540'000	-	0.0%	540'000
<b>TOTAL ABSCHREIBUNGEN</b>				<b>253'199</b>	<b>4.9%</b>	

### 3.6 ANHANG ZUR JAHRESRECHNUNG

#### Firma, Sitz und Rechtsform des Unternehmens

Gstaad Saanenland Tourismus in Gstaad, Verein  
UID CHE-105.797.984

#### Anzahl Vollzeitstellen

Die Anzahl der Vollzeitstellen lag im Jahresdurchschnitt über 10 und unter 50.

#### Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Die vorliegende Jahresrechnung wurde gemäss den Vorschriften des Schweizer Gesetztes, insbesondere der Artikel über die kaufmännische Buchführung und Rechnungslegung des Obligationenrechts (Art. 957 bis 962) erstellt. Die Rechnungslegung erfordert Schätzungen und Beurteilungen, welche die Höhe der ausgewiesenen Werte zum Zeitpunkt der Bilanzierung und auch Aufwendungen und Erträge der Berichtsperiode beeinflussen könnten. Der Vorstand entscheidet dabei jeweils im eigenen Ermessen über die Ausnutzung der bestehenden gesetzlichen Bewertungs- und Bilanzierungsspielräume. Zum Wohl der Gesellschaft können dabei im Rahmen des Vorsichtsprinzips Abschreibungen, Wertberichtigungen und Rückstellungen über das betriebswirtschaftlich benötigte Ausmass hinaus gebildet werden.

#### Gesamtbetrag der zur Sicherung eigener Verbindlichkeiten

verwendeten Aktiven sowie Aktiven unter Eigentumsvorbehalt	31.10.2016	31.10.2017
Buchwert der belasteten Immobilien	4'560'001	4'445'001
Schuldbriefe	3'586'000	3'586'000
Kreditsumme effektiv beansprucht	2'567'000	2'567'000

#### Direkte oder indirekte Beteiligungen an Unternehmen

Gstaad Bike World GmbH, Gstaad, Kapital TCHF 20. Kapital- und Stimmanteil 30%  
Gstaad Marketing GmbH, Gstaad, Kapital TCHF 20. Kapital- und Stimmanteil 45%

#### Forderungen und Verbindlichkeiten gegenüber direkt Beteiligten

	31.10.2017
Forderungen	125'004
Verbindlichkeiten	647'025

#### Erläuterung zu ausserordentlichen, einmaligen oder periodenfremden Positionen

Periodenfremder Ertrag	TCHF 20: Auflösung privilegierte Warenreserven
Periodenfremder Ertrag	TCHF 26: Beherbergungsabgabe vom 2016
Periodenfremder Aufwand	TCHF 29: Korrektur Kreditoren Dires
Ausserordentlicher Aufwand	TCHF 1: Grundstückgewinnsteuer
Ausserordentlicher Ertrag	TCHF 25: Verkauf Landparzelle
Ausserordentlicher Ertrag	TCHF 27: Verkauf vollständig abgeschriebenes Fahrzeug
Ausserordentlicher Ertrag	TCHF 1: Liquidationsgewinn Wertschriften

### 3.7 BERICHT DER REVISIONSSTELLE



Gstaad Saanenland Tourismus  
Geschäftsprüfungskommission  
z. H. Präsident Reber Philipp  
Promenade 41  
3780 Gstaad

Gstaad, 22. Januar 2018/JH/mp

#### **Bericht der Revisionsstelle zur Eingeschränkten Revision für die Rechnung 2016/2017**

Sehr geehrte Damen und Herren

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz und Erfolgsrechnung) des Vereins Gstaad Saanenland Tourismus für das am 31. Oktober 2017 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

Für die Jahresrechnung ist der Vereinsvorstand verantwortlich, während unsere Aufgabe darin besteht, diese zu prüfen. Wir bestätigen, dass wir die gesetzlichen Anforderungen hinsichtlich Zulassung und Unabhängigkeit erfüllen.

Unsere Revision erfolgte nach dem Schweizer Standard zur Eingeschränkten Revision. Danach ist diese Revision so zu planen und durchzuführen, dass wesentliche Fehlaussagen in der Jahresrechnung erkannt werden. Eine Eingeschränkte Revision umfasst hauptsächlich Befragungen und analytische Prüfungshandlungen sowie den Umständen angemessene Detailprüfungen der beim geprüften Unternehmen vorhandenen Unterlagen. Dagegen sind Prüfungen der betrieblichen Abläufe und des internen Kontrollsystems sowie Befragungen und weitere Prüfungshandlungen zur Aufdeckung deliktischer Handlungen oder anderer Gesetzesverstösse nicht Bestandteil dieser Revision.

Bei unserer Revision sind wir nicht auf Sachverhalte gestossen, aus denen wir schliessen müssten, dass die Jahresrechnung nicht Gesetz und Statuten entspricht.

**ribo treuhand ag**

J. Horn  
Revisionsexperte

L. Bieri  
Revisorin

Lauenenstrasse 34 | Postfach 370 | 3780 Gstaad | Telefon 033 744 72 22 | Telefax 033 744 66 36  
E-Mail: [info@ribotreuhand.ch](mailto:info@ribotreuhand.ch) | [www.ribotreuhand.ch](http://www.ribotreuhand.ch)

Mitglied TREUHAND | SUISSE

### 3.8 BERICHT DER GESCHÄFTSPRÜFUNGSKOMMISSION (GPK) FÜR DAS JAHR 2016/17

Sehr geehrte Damen und Herren

Die Geschäftsprüfungskommission hat im Geschäftsjahr 2016/2017 drei Sitzungen durchgeführt. Den Mitgliedern der Geschäftsprüfungskommission standen die Sitzungsprotokolle des GST-Vorstandes, die Vorstands- Informationspapiere der Geschäftsleitung, die Kontrollberichte der T & R Oberland AG, die Budgets und die Geschäftsabschlüsse sowie der Revisorenbericht der ribo treuhand ag gstaad als Arbeitsunterlagen zur Verfügung. An den GPK-Sitzungen nahmen neben den GPK- Mitgliedern der Präsident des Vorstandes, Herr David Matti, der Direktor, Herr Sébastien Epiney sowie Frau Andrea Riggenschach, Leiterin Finanzen und deren Vorgänger Michel Matti teil.

Gestützt auf Artikel 18 der Statuten GST hat die GPK die statuten-gemässe Vereinsführung, die Umsetzung der Beschlüsse sowie die Jahresrechnung mit Bilanz zu prüfen und an der Hauptversammlung schriftlich Bericht zu erstatten. Zur Prüfung der Rechnung zieht die GPK eine anerkannte Treuhandstelle bei.

#### 1 Statutengemässe Vereinsführung

Die GPK bestätigt, gestützt auf ihre Überprüfungsfähigkeit sowie aufgrund der vollumfänglich einsehbaren Unterlagen, dass insbesondere die Entscheidungsprozesse, Beschlussfassungsvorgänge, Kompetenzregelungen und – Ausübung sowie die Geschäftstätigkeit im Geschäftsjahr 2016/2017 den GST-Statuten entsprochen haben.

#### 2 Umsetzung der Beschlüsse

Die GPK bestätigt, dass im Geschäftsjahr 2016/2017 die Umsetzung der Beschlüsse innerhalb GST von den verantwortlichen Instanzen termin-, ziel- und fachgerecht erfolgt ist. Wo eine Umsetzung nicht direkt möglich war, wurde diese an die Hand genommen.

#### 3 Jahresrechnung und Bilanz

Nach einem Verlust im Vorjahr, wurde in diesem Geschäftsjahr wieder ein kleiner Gewinn von CHF 38'495 realisiert. Sowohl die Kontrollstellenberichte der T & R Oberland AG als auch der Revisionsbericht der ribo treuhand ag stellen GST im Bereich ihrer jeweiligen Prüfungsverantwortung ein gutes Zeugnis dar.

Folgende Geschäfte haben die GPK in diesem Geschäftsjahr zudem beschäftigt:

#### Geschäftsleitung GST

In der Geschäftsleitung des GST kam es im vergangenen Jahr zu zwei gewichtigen Abgängen. Zum einen durfte Michel Matti Ende Oktober 2017 in den wohlverdienten Ruhestand gehen.

Dieser geplante Abgang wurde aus unsere Sicht gut vorbereitet und Frau Andrea Riggenschach sehr gut eingeführt.

Der nicht geplante Abgang des Direktors Martin Bachofner forderte den GST Vorstand sehr. Umso erfreulicher konnte die Lücke noch vor der Wintersaison geschlossen werden und der neue Direktor Sébastien Epiney übernahm die Führung des GST. Beiden Herren, Michel und Martin, gebührt ein grosser Dank für ihre Arbeit für das Produkt Gstaad.

#### Gstaad Marketing (GM)

Die neu gegründete Gstaad Marketing GmbH ist seit dem 1. November 2016 operativ und bündelt die Marketingleistungen der Ferien-destination Gstaad. Mit dem plötzlichen Abgang von Martin Bachofner als Vorsitzender der strategischen Geschäftsführung, geriet die Ausarbeitung des Geschäftsreglementes, welches die Zusammenarbeit (Aufgaben und Kompetenzen) regelt, ins Hintertreffen.

Dies führte zu Unsicherheiten, insbesondere auch für die Arbeit der GPK. Die TFA Gelder, welche durch die GPK geprüft werden müssen, fliessen nun neu eins zu eins vom GST in die GM. Für eine vollumfängliche Kontrolle muss die GPK deshalb auch Einsicht in die Rechnung von GM haben. Dies wurde schlussendlich mit der Unterzeichnung des Geschäftsreglements am 14.11.2017 sichergestellt.

Der Umstand, dass durch diesen „Durchlauferhitzer“ die TFA Gelder der MWST unterliegen und deshalb rund CHF 20'000 „verloren“ gehen, ist nicht glücklich. Da ein entsprechendes Ruling mit der Steuerbehörde nicht erfolgreich war, muss dies aus unserer Sicht allenfalls korrigiert werden.

Die GPK dankt dem Vorstand, der Geschäftsleitung und allen Mitarbeitenden für ihren unermüdlichen Einsatz für unsere Region im Geschäftsjahr 2016/2017 und wünscht ihnen weiterhin viel Genugtuung bei ihrer Arbeit.

Freundliche Grüsse

Geschäftsprüfungskommission



7. Februar 2018

Philipp Reber, Präsident

## 4. PROTOKOLL DER HAUPTVERSAMMLUNG



### 4. PROTOKOLL DER 24. ORDENTLICHEN HAUPTVERSAMMLUNG 2017 IM HOTEL WILDHORN, LAUENEN

Datum: 14. März 2017, Hotel Wildhorn, Lauenen,  
20.00 bis 22.30 Uhr

Anwesende Vorstandsmitglieder:  
David Matti (Präsident), Günter Weilguni (Vizepräsident),  
Christiane Matti, Hansueli Brand, Christa Hauswirth,  
Matthias Oehrli, Jürg Schwenter

Anwesende Mitglieder gemäss Präsenzliste: 117

Gesamtzahl Anwesende: 159

#### 1. Begrüssung

Präsident David Matti begrüsst die anwesenden Politiker, Ehrengäste, Dorforganisationsvorstände, Verantwortliche von benachbarten Tourismusorganisationen, Welcome-Card-Inhaber, Vereinsmitglieder und Gäste. Namentlich heisst er willkommen: Anne Speiser (Grossrätin Zweisimmen), Michael Teuscher (Regierungsstatthalter Obersimmental-Saenenland), Frédéric Delachaux (Pays-d'Enhaut Tourisme), Roland Berger (Präsident Lenk-Simmental Tourismus), Thomas Wittwer (Präsident Zweisimmen Tourismus), Jonas Wanzenried (Gewerbeverein Saanenland), Annabel Zingre (Gewerbeverein Saanenland), Martin Tritten (Leiter Fachbereich Tourismus beco), Barbara Kernen (Gemeindevertreterin Gsteig), Jörg Trachsel (Gemeindevertreter Lauenen), die Gemeindevertreter von Saanen, Ernst Hodel (Gemeinderatspräsident Zweisimmen), Harry John (BE! Tourismus) und die Pressevertreter Blanca Burri (Anzeiger von Saanen), Fritz Leuzinger (Berner Oberländer) und Fabian Kopp (Simmental-Zeitung).

Die briefliche Einladung wurde 14 Tage vor der Hauptversammlung verschickt und die Hauptversammlung wurde zweimalig im Anzeiger von Saanen publiziert. Der Geschäftsbericht liegt seit dem 25. Februar 2017 in den Tourismusbüros auf und ist im Internet unter [www.gstaad.ch](http://www.gstaad.ch) ersichtlich.

Es sind keine Anträge für Traktandenänderungen/Wünsche eingegangen. Als Stimmzähler wird Bethli Küng bestimmt.

#### 2. Protokoll der 23. ordentlichen Hauptversammlung vom 15. März 2016

Das Protokoll, das im Geschäftsbericht 2015/16 ab Seite 31 zu lesen ist, wird einstimmig genehmigt und verdankt.

#### 3. Einführung, Jahresbericht und Jahresrechnung

##### 3.1 Einführung

Touristische Destinationsstrategie

David Matti berichtet über die erfolgreich verabschiedete Destinationsstrategie. Die Planung hat länger gedauert als vorgesehen, schlussendlich fanden aber alle beteiligten Anspruchsgruppen einen gemeinsamen Nenner. Im August 2016 wurde der Meilenstein der Destination in Saanen feierlich präsentiert. Der Präsident ruft alle Beteiligten auf, am selben Strick zu ziehen, um eine erfolgreiche Umsetzung zu realisieren.

##### Gstaad Marketing GmbH

Die im Juli 2016 gegründete Gstaad Marketing GmbH startete ihre operative Tätigkeit am 1. November 2016 unter der Führung von Andreas Wandfluh. Für die BDG AG und GST ist dies ein wichtiger Schritt in eine gemeinsame Zukunft. Die Gstaad Marketing GmbH wird strategisch von GST und der BDG AG geführt.

## Zukunft GST

Bei der Planung der Zukunft von GST wurden das touristische Umfeld sowie die Konkurrenz berücksichtigt. Sie bildet den Schwerpunkt dieser Hauptversammlung und wird später detailliert erläutert.

## 3.2 Jahresbericht 2015/16

Der Direktor von GST begrüsst alle Anwesenden und blickt auf ein turbulentes Tourismusjahr zurück. Martin Bachofner erläutert einige Zahlen des Tourismusjahres 2015/16. In der Hotellerie (Saanenland) wurde gegenüber dem Vorjahr ein Minus von -4.3% verzeichnet (336'402 Logiernächte). Dieser Wert liegt +1.6% über dem Sechsjahresdurchschnitt von 330'954 Logiernächten. Dieser Rückgang lässt sich mit der Schliessung des Hotels Steigenberger und der Abwärtstendenz der europäischen Schlüsselmärkte erklären. Zudem wurde Europa von Touristen aus den Fernmärkten aufgrund der Terrorangst und der Erschwerung der Visa-Anträge gemieden. Gemäss einer Hochrechnung haben die Logiernächte der Ferienwohnungen um ca. -2.3% abgenommen. Das Total der Logiernächte in Ferienwohnungen beläuft sich auf rund 578'600. Gesamthaft haben 1'005'200 Gäste im Saanenland übernachtet, was einem Minus von -33'000 Gästen gegenüber dem Vorjahr entspricht.

Die europäischen Schlüsselmärkte haben in der Hotellerie abgenommen. Deutschland verzeichnete einen Rückgang von -17.3%, Frankreich -7% und die Logiernächte aus Benelux ging um -3.6% zurück. Einzig Grossbritannien hat um +3.3% zugenommen, was trotz Brexit erfreulich ist. Trotzdem ist bei den Logiernächten im laufenden Geschäftsjahr eine Tendenz zur Erholung spürbar, insbesondere bei der Vermietung von Ferienwohnungen.

Einige Märkte in Europa haben im Vergleich zum Vorjahr massiv zugelegt. Dies sind Spanien und Portugal mit +11.7% (5'600 LN), Italien mit +10.8% (3'300 LN), Griechenland mit +49.9% (2'200 LN), Türkei mit +64.1% (1'500 LN) und das übrige Ost-Europa mit +28.1% (4'000 LN). Einen Rückgang verzeichnete ausschliesslich Skandinavien mit -35.5% (1'100 LN). In den Fernmärkten stiegen die Logiernächte von USA & Kanada um +3.1% (10'900 LN) sowie von den Golf-Staaten um +17% (9'800 LN). Zurückgegangen sind die Zahlen von Brasilien um -36.3% (900 LN), was auf die wirtschaftlichen Probleme des Landes zurückzuführen ist.

Indien nahm um -46% (2'500 LN), China um -44.4% (1'900 LN) und Süd-/Ostasien um -2.3% (5'300 LN) ab.

Erfreulich ist die Entwicklung der Golfstaaten, deren Logiernächte gegenüber dem Tourismusjahr 2012/13 um +103% gestiegen sind. Die Logiernächte von 9'816 im Jahr 2015/16 bringen eine Wertschöpfung von rund 3'500'000 CHF in die Region. Der Direktor von GST betont die Wichtigkeit, sich auf ein gemischtes Gästesegment zu fokussieren.

64.2% aller Logiernächte der Region wurden von Schweizer Gästen generiert. Dies ist eine beachtliche Zahl verglichen mit anderen Destinationen in der Schweiz. Die Stamm-Märkte (Deutschland, Frankreich, Benelux, Grossbritannien) machen 17.5%, das übrige Europa (Spanien & Portugal, Italien, Griechenland, Türkei, Jugoslawien, Ost-Europa) 6.7%, die Fernmärkte inkl. USA 10.3% und die übrigen Länder (Skandinavien, Russland) 1.4% der Logiernächte aus. Rund 100'000 Logiernächte wurden in den 5-Sterne Hotels (leichte Zunahme), 106'000 in den 4-Sterne Hotels und 95'000 in 3-Sterne Hotels und den übrigen Hotels erzielt.

## GST Highlights

Martin Bachofner gibt einen kurzen Einblick in die Mitarbeiterhighlights von GST und in die verschiedenen Tätigkeitsbereiche. Im September 2016 unternahm das Team von GST und GM (Gstaad Marketing GmbH) den alljährlichen Mitarbeiterausflug in der Region Obersimmental. Nach einer schönen Herbstwanderung beim Seebergsee ging es dann zum feinen Abendessen in die Brasserie Simme in Zweisimmen. Der Direktor bedankt sich auch im Namen des Vorstands herzlich für den Einsatz aller Mitarbeiter. Des Weiteren betont er die Wichtigkeit von Zweisimmen für die Destination sowie die gute Zusammenarbeit mit Zweisimmen Tourismus, auf welche sich GST auch in Zukunft freut.

## Infrastrukturen

Die Wegmeister haben eine neue Loipenmaschine angeschafft. Mit dieser Investition wird die Präparation der Winterwanderwege vereinfacht und die Qualität gesteigert.

## Guest Relations

Ein Höhepunkt in der Abteilung Guest Relations war das Projekt „Deux im Schnee“. Das Pilot-Projekt wurde in Zusammenarbeit mit den Kantonen Bern und Genf realisiert. 200 Schüler/innen (10 Klassen) und 34 Begleiter/innen waren am zwei-

sprachigen Skilager beteiligt. Involviert waren drei Lagerhäuser, drei Sportgeschäfte und weitere lokale Partner. Die Organisation und die Rundumbetreuung vor Ort erfolgten durch GST. Ziel des Projektes ist es, die schneesportlichen Aktivitäten der Jugend näher zu bringen und den soziokulturellen Austausch zu fördern. Die Tradition der Skilager soll weitergeführt werden. Dank dem Projekt wird die Infrastruktur der Destination insbesondere während der Nebensaison besser genutzt. Das Image der Destination wird somit verbessert und die Region kann von medialer Aufmerksamkeit profitieren. Des Weiteren wurde das Projekt mit der Nomination für den Innovationspreis „Berner Oberland“ belohnt. Im Vergleich zum ersten Jahr konnte die Zahl der Teilnehmer der 2. Durchführung im Januar 2017 bereits verdoppelt werden.

### Marketing

Mit dem Imagefilm, dem Aufbau neuer Märkte, der Tessa-Kampagne sowie der Rennradinszenierung wurden in den letzten Jahren erfrischende Akzente gesetzt. Neu kam im Jahr 2015/16 die Magazinbeilage „Unser Gstaad“ dazu. Diese wurde mit einer Special-Interest-Strategie in auserwählten Zeitschriften beigelegt, um die Zielkunden direkt anzusprechen. Das Kooperationsprojekt mit dem Hotelierverein Gstaad Saanenland fand bei Lesern sowie in der Tourismusbranche hohe Beachtung. Wichtig für die Destination ist zudem die „Grand Tour of Switzerland“, auf welcher Gstaad eine der Hauptattraktionen darstellt. Der Tourismusdirektor betont wie bedeutend es ist, innovativ zu sein und mit den Leistungsträgern zusammenzuarbeiten. Dank dem gefrorenen Lauenensee konnte so während dem erneuten schneearmen Dezember eine attraktive Alternative zum Schneesport geboten werden.

Ein grosses Projekt ist ausserdem die im 2019 anstehende Swiss Orienteering Week. Dieser Grossanlass für gross und klein wird ca. 35'000 zusätzliche Logiernächte in Hotels, Ferienwohnungen und Campings aus über 30 Nationen in die Region bringen. GST geht von einer Wertschöpfung von ca. CHF 5'000'000 aus. Mit der Durchquerung der Tour de France im Juli 2016 wurden die Bestrebungen zur Rennraddestination Gstaad bestätigt. Die für die Zukunft bedeutende Sportart wird durch die Nachwuchshoffnung Luca Cairol als Botschafter von Gstaad vertreten. Nebst Rennrad und Mountainbike werden auch die Fatbikes immer wie gefragter. Weltweite Werbepresenz erreichte die 2. Ausgabe des Snow Bike Festivals im Januar 2017. An über 150 TV-Stationen wurden wunderbare

Winterbilder aus der Destination Gstaad gezeigt.

Mit den Partnern BE! Tourismus und Schweiz Tourismus wurden im letzten Jahr diverse Kampagnen erfolgreich veröffentlicht um umgesetzt.

Die Marktbearbeitung der Fernmärkte läuft weiterhin gut, was sich in den Logiernächtezahlen widerspiegelt. Martin Bachofner empfiehlt allen Leistungsträgern, diese Strategie weiterhin zu unterstützen. Die Ausrichtung auf mehrere Märkte ist sehr wichtig für eine Destination und senkt langfristige Risiken.

### PR / Medienarbeit

Martin Bachofner lobt die Arbeit der PR Abteilung und erwähnt dabei, dass uns das ganze Jahr durch zahlreiche Reisejournalisten besuchen. Im vergangenen Jahr fanden 2 Roadshows in Deutschland, Frankreich und in Grossbritannien statt. PR Aktionen wie die die Eröffnung der Nathalie von Siebenthal-Loipe wurden durchgeführt. 15 proaktive Medienreisen durften im vergangenen Jahr verzeichnet werden. Zudem wurden 79 Medienreisen von verschiedenen Partnern unterstützt. Die PR-Abteilung betreute 226 Journalisten vor Ort. Das proaktive Werbeäquivalent konnte mit CHF 1.54 Mio. gegenüber dem Vorjahr um rund +0.5 Mio. gesteigert werden. Total wurden so 64.8 Mio. Leser mit print und online Medien erreicht.

### 3.3 Jahresrechnung

Martin Bachofner weist insbesondere auf die Kostenstellenrechnung hin, welche den gesamten Geldfluss in den einzelnen Bereichen sowie die Verwendung der zweckbestimmten Beiträge aufzeigt und im Geschäftsbericht auf Seite 26 / 27 zu finden ist.

Die Kurtaxenerträge haben um -3.2% abgenommen, was auf den Rückgang der Logiernächte von -3.3% zurückzuführen ist. Der Gemeindebeitrag betrug CHF 500'000 weniger als im Vorjahr, dies aufgrund des wegfallenden Marketingpushs vom Jahr 2014/15. Der Sachaufwand im Marketing betrug CHF 2'080'000, +1.7% mehr als im Vorjahr. Dies war nur möglich dank der Auflösung von Rückstellungen.

Der Verlust von CHF 45'132 ist um rund CHF 24'000 kleiner als im Vorjahr und der Cashflow hat sich erfreulich entwickelt. Der total erwirtschaftete Umsatz liegt -6.5% unter dem Vorjahr. Die wichtigsten Abweichungen: Ticket- & Warenverkauf (- CHF 30'000), Kurtaxen (- CHF 87'000) Gemeinde- & Kantonsbeiträge (-CHF 525'000), Erträge aus der Direktreservation (- CHF 37'000), Welcome- & Easyaccess Card Einnahmen (-



CHF -30'000). Der Personalaufwand war leicht unter Vorjahr, die Abschreibungen aufgrund der neuen Loipenmaschine hingegen höher als im Vorjahr. Der Aufwand der Liegenschaften ist im Verhältnis zum Vorjahr um +39.3% gestiegen, was jedoch wegen des neuen Rechnungslegungsgesetzes nicht mit dem Vorjahr vergleichbar ist. Bei den öffentlich rechtlichen Erträgen wurden vom Kanton die Beherbergungsabgaben um 100% rückerstattet. Dies sind verhältnismässig 5% mehr Rückfluss als im Vorjahr (95%).

Der von GST erforderliche Cashflow liegt bei CHF 250'000 und wurde dieses Jahr dank der aufgelösten Rückstellungen mit CHF 470'000 deutlich überschritten.

### **3.4 Bericht Geschäftsprüfungskommission GPK**

Philipp Reber, Präsident GPK bedankt sich bei allen Beteiligten, insbesondere bei den ehrenamtlichen Mitgliedern für die konstruktiven Sitzungen.

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

Nacheinander werden Jahresbericht, Jahresrechnung und der Bericht der GPK durch die Versammlung ohne Gegenstimmen und Enthaltungen angenommen.

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

Der Vorstand und die GPK werden nacheinander einstimmig entlastet.

### **6. Wahlen**

#### **Wiederwahl Vorstand GST**

Christiane Matti, Hansueli Brand und Günter Weilguni werden einstimmig für eine weitere Amtszeit von 3 Jahren wiedergewählt. David Matti bedankt sich bei den Wiedergewählten und gratuliert ihnen.

#### **Neuwahl Vorstand GST**

Carlo Bommes, Bern tritt zur Neuwahl für den GST Vorstand an und soll Jürg Schwenter (Austritt wegen Amtszeitbeschränkung) ersetzen. Der Präsident von GST betont die Vorteile, die ein externes Mitglied dem Vorstand bringt und übergibt dem Event-Veranstalter das Wort. Carlo Bommes stellt sich kurz vor und spricht über seine Verbundenheit zur

Region und seiner Motivation für die zukünftige Arbeit. Carlo Bommes wird einstimmig in den Vorstand von GST gewählt. David Matti gratuliert dem neuen Vorstandsmitglied zur Wahl.

#### **Wiederwahl GPK**

Peter Brand (Vertreter Gemeinde Saanen) wird von der Versammlung einstimmig wiedergewählt.

### **7. Landverkauf**

Der ehemalige Wanderweg unterhalb der Palacke wurde aufgehoben. GST ist Eigentümer dieser Parzelle. Ein Nachbar ist interessiert, die 50m<sup>2</sup> der Parzelle 2269 für CHF 25'000 zu kaufen. Nach der Zustimmung der Dorfgemeinschaft Gstaad im Januar 2017 wurde der Antrag auch von den Mitgliedern der HV einstimmig genehmigt.

### **8. Zukunft GST**

David Matti beginnt mit der Vorstellung der neuen unternehmerischen Ausgangslage von GST. Die Gründung der Gstaad Marketing GmbH und die neue Destinationsstrategie bringen Änderungen für GST mit. Das neue Strategiepapier GST wurde durch den Vorstand und die Direktion erarbeitet. Von Dezember 2016 bis Februar 2017 wurde diese Strategie den relevanten Anspruchsgruppen präsentiert und anhand der Rückmeldungen überarbeitet. Der Vorstand genehmigte die Strategie im Januar 2017 und entschied, dass die Genehmigung ebenfalls durch die HV erfolgen soll, auch wenn dies rechtlich nicht zwingend vorgeschrieben ist. David Matti betont, dass die Kernaufgaben von GST grundsätzlich gleich bleiben, mit dem neuen Strategieprojekt aber der Rahmen angepasst und teilweise erweitert wird. Die neuen Rollen von GST bestehen aus sechs Bereichen, die in zwei Teile gegliedert sind. Die Vorstellung der einzelnen Rollen erfolgt jeweils durch David Matti mit anschliessenden Ergänzungen von Martin Bachofner. Anschliessend fand eine Podiumsdiskussion mit dem Tourismusdirektor und dem Präsidenten von GST, unter der kompetenten Leitung von Frank Müller statt.

Die Versammlung stimmte im Anschluss an die Podiumsdiskussion der vorgestellten GST Strategie grossmehrheitlich, mit 4 Gegenstimmen und 7 Enthaltungen, zu.

### 9. Statutenänderungen

Bei der Statutenänderung, die zur Umsetzung der im Strategiepapier enthaltenen Standortförderung nötig ist, äussern einige Anwesenden ihre Meinung. Darunter auch Heinz Brand, Verwaltungsrats-präsident der BDG AG, welcher im Namen des Verwaltungsrats BDG der Versammlung empfiehlt, die Statutenänderung abzulehnen. Es sei nicht Aufgabe einer Tourismusorganisation, jetzt auch noch die Standortförderung an sich zu reissen. Der Präsident und der Tourismusdirektor betonten erneut, dass die Standortförderung der Region von der strategischen Führung bei den Behörden bleiben wird, GST in der Umsetzung jedoch wertvolle und nützliche Unterstützung bieten kann. Diese Aussage wird auch vom Gemeindepräsidenten von Saanen, Toni von Grünigen, bestätigt.

Der Artikel 3 der Statuten lautet in den Ziffern 1 und 2 lit. b neu wie folgt (Änderungen kursiv hervorgehoben): Artikel 3, Ziff. 1. .... Zusammenarbeit mit den Gemeinden, den Berufs- und Fachverbänden, Unternehmen, Veranstaltern und Privaten, die Erhaltung und Förderung des Standorts und des Tourismus im Saanenland ..... Artikel 3, Ziff. 2 lit. b, ..... die Gestaltung, Ausführung und Weiterentwicklung des Standorts und des touristischen Marketings der Region, ....

Trotz dem Ablehnungsantrag der BDG AG wird bei der Abstimmung die erforderliche 2/3-Mehrheit problemlos erreicht und die Statutenänderung grossmehrheitlich mit 7 Gegenstimmen und 7 Enthaltungen von der Versammlung angenommen.

### 10. Verschiedenes

Verabschiedung Jürg Schwenter

David Matti bedankt sich im Namen der Mitglieder für die getane Arbeit von Jürg Schwenter in den letzten neun Jahren, überreicht ihm ein Geschenk und wünscht ihm für die Zukunft alles Gute.

### Danksagungen

David Matti dankt Frank Müller für das Leiten des Podiumsgesprächs und Daniel Fischer für die Unterstützung/Beratung bei der Erarbeitung der neuen Strategie von GST. Sein Dank geht ausserdem an Martin Bachofner, an alle Mitarbeiter sowie an die Vorstandsmitglieder für ihr Engagement.



David Matti, Präsident



Andreas Zoppas, Protokollführer

## 5. GESCHÄFTSFÜHRUNGS- UND VERWALTUNGSORGANE

### Vorstand Gstaad Saanenland Tourismus

(in Klammer Eintrittsjahr)

David Matti (2013), Präsident seit 15.03.2016

Christa Hauswirth (2013) Vizepräsidentin

Christiane Matti (2011)

Hansueli Brand (2011)

Günter Weilguni (2011)

Matthias Oehrli (2013)

Carlo Bommès (2017)

### Direktor

Martin Bachofner (bis 31.08.2017)

Sébastien Epiney (ab 01.10.2017)

### Geschäftsprüfungskommission

Philipp Reber (2013), Präsident seit 15.02.2016

Urs Zumbrunnen (2016), Vize-Präsident

Ruth Oehrli, (2013)

Simon Graa (2013)

Peter Brand (2014)

### Dorfvorstände

#### Gstaad

Adrian Friedli, Präsident

Barbara Kernen, Vize-Präsidentin

Monica Bigler

Evelyne Reber

David Schmid

Bernhard Würsten

#### Saanen

Niclas Baumer, Präsident

Ernest Marmet-Würsten, Vizepräsident

Mike Tschanz

Katrin Espiasse

Rolf Schmid

Vanessa Schwenter

Andreas von Grünigen

#### Schönried

Rolf Schwenter, Präsident

Tatjana Röthlin

Cornelia Frautschi

Esther Bütschi

Michel Dieckmann

Johny Wyssmüller

#### Saanenmöser

Brigitte Hoeflinger-von Siebenthal,  
Präsidentin

Heidi Schopfer-Hefti

Anita Haldi

Solveig Lanz

Bettina von Siebenthal

Markus Sprenger

Michael Zimmermann

#### Lauenen

Susanne Brand, Präsidentin

Yvonne Blatter

Bernhard Perreten

Ruth Oehrli-Pekoll

Daniela Addor

Herbert Addor

Daniel Oehrli

#### Gsteig-Feutersoey

Rudolf Kistler, Präsident

Andrea Kohli, Vize-Präsidentin

Florian Sumi

Marianne Raaflaub-Schopfer

Marietta Jaggi

Dirk Herrgesell

#### Turbach

Mario Hählen, Präsident

Hansjörg Reuteler

Ernst Romang

Isabelle Matti

Jolanda Romang

#### Abländschen

Hanspeter Dänzer, Präsident

Martin Stocker

Armin Poschung jun.

Patrick Jäger

Sabine Eggen

## 6. TOURISMUS-STATISTIK



### 6.1 ÜBERBLICK ÜBER DIE LOGIERNÄCHTE-ENTWICKLUNG

Basis Kurtaxenstatistik GST Stand 31.12.2017

Die Logiernächte im Geschäftsjahr 2016/17 konnten gegenüber dem Vorjahr mit 0.4% schwach zulegen. Die Hotellogiernächte konnten um 3.6% gesteigert werden. Im Vergleich mit den letzten 5 Jahren wurde der Mittelwert von 342'243 Logiernächte mit 1.8% übertroffen. Bei den Ferienwohnungsgästen ist ein Minus von 5'550 Logiernächten = -1.0% zu verzeichnen. Im Vergleich mit den letzten 5 Jahren wurden 1'916 Logiernächte weniger gezählt. Bei den Gruppenunterkünften und Campinggästen ist ein Minus von 2.8% zu verzeichnen. Sowohl die Gruppen- wie auch die Camping-Logiernächte haben abgenommen.

#### Logiernächte-Entwicklung (exkl. Zweisimmen)

WINTER	11/12	12/13	13/14	14/15	15/16	16/17	+/-	in%
Hotels	164'902	178'393	181'012	180'627	176'788	177'165	377	0.2%
Ferienwohnungen	349'419	341'908	337'002	355'386	347'333	344'000	-3'333	-1.0%
Gruppenunterk. / Camping	48'791	48'150	47'178	48'869	44'025	43'936	-89	-0.2%
<b>TOTAL WINTER</b>	<b>563'113</b>	<b>568'451</b>	<b>565'192</b>	<b>584'881</b>	<b>568'146</b>	<b>565'101</b>	<b>-3'045</b>	<b>-0.5%</b>

SOMMER	2012	2013	2014	2015	2016	2017	+/-	in%
Hotels	138'069	144'773	170'565	170'960	159'614	171'317	11'703	7.3%
Ferienwohnungen	232'946	227'938	224'451	236'707	231'338	229'121	-2'217	-1.0%
Gruppenunterk. / Camping	42'410	51'845	55'519	46'586	46'129	43'708	-2'421	-5.2%
<b>TOTAL SOMMER</b>	<b>413'425</b>	<b>424'556</b>	<b>450'535</b>	<b>454'253</b>	<b>437'081</b>	<b>444'146</b>	<b>7'065</b>	<b>1.6%</b>

WINTER & SOMMER	11/12	12/13	13/14	14/15	15/16	16/17	+/-	in%
Hotels	302'971	323'166	351'577	351'587	336'402	348'482	12'080	3.6%
Ferienwohnungen	582'365	569'846	561'452	592'093	578'671	573'121	-5'550	-1.0%
Gruppenunterk. / Camping	91'201	99'995	102'697	95'455	90'153	-87'644	-2'509	-2.8%
<b>TOTAL JAHR</b>	<b>976'538</b>	<b>993'007</b>	<b>1'015'727</b>	<b>1'039'134</b>	<b>1'005'226</b>	<b>1'009'247</b>	<b>4'021</b>	<b>0.4%</b>

#### Detailstatistik Hotellerie (inklusive Gruppenhotels und Jugendherberge, exkl. Zweisimmen)

Die Hotellogiernächte haben gegenüber dem Vorjahr um 3.6% zugenommen. Die Wiedereröffnung vom Hotel HUUS ist eine der Hauptursachen für diese Zunahme.

	11/12	12/13	13/14	14/15	15/16	16/17	+/-	in %
5*-Hotels	77'542	95'182	99'736	96'491	100'434	101'234	800	0.8%
4*-Hotels	118'389	120'006	116'421	119'991	106'320	127'810	21'490	20.2%
3*-Hotels	87'404	88'820	100'677	99'180	95'004	82'055	-12'949	-13.6%
Übrige	19'636	19'158	34'743	35'925	34'644	37'383	2'739	7.9%
<b>TOTAL HOTELLERIE</b>	<b>302'971</b>	<b>323'166</b>	<b>351'577</b>	<b>351'587</b>	<b>336'402</b>	<b>348'482</b>	<b>12'080</b>	<b>3.6%</b>

## Hotelauslastungs-Statistik (exkl. Zweisimmen)

Die Zahl der verfügbaren Hotelbetten hat gegenüber dem Vorjahr zugenommen. Die auf 365 Tage berechnete Bettenauslastung konnte auf 35.6% gesteigert werden.

	11/12	12/13	13/14	14/15	15/16	16/17	+ / -
Total Betten	2'558	2'530	2'902	2'805	2'792	2'756	-36
Verfügbare Betten / Jahr	880'960	907'410	1'008'250	1'010'307	955'688	978'882	23'195
Logiernächte	302'971	323'166	351'577	351'587	336'402	348'482	12'080
<b>AUSLASTUNG</b>	<b>34.4%</b>	<b>35.6%</b>	<b>34.9%</b>	<b>34.8%</b>	<b>35.2%</b>	<b>35.6%</b>	<b>0.4%</b>

## Detailstatistik Hotellerie nach Herkunftsländern (ganze Destination = inkl. Zweisimmen)

Das Plus von 9'690 Logiernächten ist über die ganze Destination gerechnet. Der Verlust in den europäischen Schlüsselmarkten konnte mit der Zunahme von 10'345 Logiernächten der Schweizer mehr als nur wettgemacht werden.

HERKUNFTSLAND	Nov - Okt	Nov - Okt	Nov - Okt	Nov - Okt	Nov - Okt	Diff zu Vorjahr	
	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17	+/-	%
Schweiz	215'679	241'208	236'002	225'974	236'319	10'345	4.6%
Deutschland	21'744	19'880	17'281	14'287	13'625	-662	-4.6%
Frankreich	22'557	20'954	18'629	17'330	16'280	-1'050	-6.1%
Benelux	17'831	15'996	13'674	13'183	11'093	-2'090	-15.9%
Grossbritannien	13'357	15'319	16'222	16'750	17'742	992	5.9%
Spanien+Portugal	4'700	4'474	5'016	5'602	4'277	-1'325	-23.7%
Brasilien	1'451	1'457	1'415	902	1'309	407	45.1%
Indien	1'970	2'713	4'714	2'545	3'230	685	26.9%
Golf-Staaten	4'843	6'231	8'393	9'816	11'709	1'893	19.3%
China	995	1'416	3'442	1'914	2'815	901	47.1%
Süd-/Ostasien	3'910	4'508	5'516	5'390	4'426	-964	-17.9%
Skandinavien	1'450	1'766	1'773	1'144	1'319	175	15.3%
Übriges Europa	12'631	13'558	14'408	17'909	15'865	-2'044	-11.4%
Russland	5'708	5'996	4'408	3'658	3'936	278	7.6%
USA + Kanada	9'819	10'097	10'662	10'990	12'214	1'224	11.1%
Übrige	4'648	5'539	5'174	4'853	5'778	925	19.1%
<b>TOTAL DESTINATION</b>	<b>343'293</b>	<b>371'112</b>	<b>366'729</b>	<b>352'247</b>	<b>361'937</b>	<b>9'690</b>	<b>2.8%</b>

## Hotellerie aufgliedert nach Dörfern

Die Übernachtungsstatistik nach Dörfern weist gegenüber dem Vorjahr diverse Verschiebungen auf: Der Gewinner ist Saanen mit zusätzlich 15'088 Logiernächten (HUUS). Die Verlierer sind Gstaad, Schönried und Saanenmöser.

	11/12	12/13	13/14	14/15	15/16	16/17	+ / - in LN	+ / - in %
Gstaad	130'763	143'505	143'344	140'004	143'557	142'252	-1'305	-0.9%
Saanen	76'631	74'351	91'849	100'388	83'212	98'300	15'088	18.1%
Schönried	41'970	47'345	58'903	54'713	55'762	53'703	-2'059	-3.7%
Saanenmöser	40'691	45'156	45'988	47'144	46'197	45'436	-761	-1.6%
Gsteig	2'844	3'432	2'039	1'526	524	673	149	28.4%
Lauenen	10'072	9'377	9'454	7'812	7'150	8'118	968	13.5%
<b>TOTAL</b>	<b>302'971</b>	<b>323'166</b>	<b>351'577</b>	<b>351'587</b>	<b>336'402</b>	<b>348'482</b>	<b>12'080</b>	<b>3.6%</b>

## 7. WELCOME CARD



Die Welcome Card ist ein Finanzierungs-System für die Gstaader Top Events sowie nicht periodisch stattfindende Anlässe. Per 31.10.2017 waren folgende Unternehmen und Privatpersonen Besitzer einer Welcome Card:

### Welcome Card Inhaber 2016/17

34 Gold + 14 Silver + 37 Supporter = Total 85 Welcome Card Besitzer

NAME	VORNAME	FIRMA	PLZ/ORT	CARDTYP
Annen	Walter	Chaletbau Annen AG	3780 Gstaad	Silver Card
Annen	Thomas	Rieder Architektur AG	3792 Saanen	Supporter Card
Anthamatten	Hannes	Raiffeisenbank Obersimmental Saanenland	3780 Gstaad	Gold Card
Bachofner	Martin	Gstaad Saanenland Tourismus	3780 Gstaad	Supporter Card
Balmer	Thomas	Adolf Krebs AG	3608 Thun	Gold Card
Bangerter	Kaspar	Bangerter Gartenbau AG	3780 Gstaad	Supporter Card
Baumann	Beat	Baumann Vermessungen AG	3792 Saanen	Silver Card
Beaud	Claude	Chaletbau Matti Holzbau AG	3792 Saanen	Supporter Card
Beaud	José	Chaletbau Matti Architektur AG	3792 Saanen	Supporter Card
Berney	Amaury	Chaletbau Matti Architektur AG	3792 Saanen	Supporter Card
Bieri	Michael	Bieri AG Möbel + Innenausbau	3764 Weissenburg	Silver Card
Blunshi	Leonz	LGB Beratung	3780 Gstaad	Supporter Card
Bohnenblust	Thomas	UBS Switzerland AG	3780 Gstaad	Gold Card
Bommer	Markus	Bommer & Partner	3004 Bern	Gold Card
Bonfils	Jacques	Avocat	1630 Bulle	Supporter Card
Bovier	Deborah	Boutique Chopard	3780 Gstaad	Gold Card
Brunner	Matthias	Fürsprecher & Notar	3780 Gstaad	Supporter Card
Burri	Reto	Burri Zimmerei & Chaletbau	3782 Lauenen	Silver Card
Burri	Arnold & Ruth		3782 Lauenen	Supporter Card
Burri	Nicolas	Chaletbau Matti Holzbau AG	3792 Saanen	Supporter Card
Décotterd	Philippe	Chaletbau Matti Architektur AG	3780 Gstaad	Supporter Card
Despontin	Jean	Chaletbau Matti Architektur AG	3780 Gstaad	Supporter Card
Egger	Walter	Egger Ingenieure AG	3780 Gstaad	Gold Card
Fischer	Pascal	Wellness- & Spa-Hotel Ermitage	3778 Schönried	Gold Card
Frautschi	Familie	Frautschi Sports AG	3778 Schönried	Gold Card
Frei	Thomas	Hotel Bernerhof	3780 Gstaad	Gold Card
Feuz Alfred	Meyer Matthias	Wälti Luft & Klimatechnik AG	3775 Lenk	Gold Card
Gfeller	Samuel	Gfeller Transporte AG	3778 Schönried	Supporter Card
Goddard	Michael		3780 Gstaad	Gold Card
Gremaud	Laurent	Chaletbau Matti Architektur AG	3780 Gstaad	Supporter Card
Haldi	Toni	Haldi Design AG	3778 Schönried	Silver Card
Hauri	Martin	Rieder Architektur AG	3792 Saanen	Supporter Card
Hauswirth	Gottfried	G. Hauswirth Architekten AG	3777 Saanenmöser	Gold Card
Hauswirth	Jürg	Benz Hauswirth AG	3780 Gstaad	Silver Card
Hauswirth	Hansueli	Hansueli Hauswirth AG	3782 Lauenen	Supporter Card
Hauswirth	Benz		3792 Saanen	Supporter Card
Horn	Jürg	Ribo Treuhand AG	3780 Gstaad	Silver Card
Huber	Familie	Hotel Gstaaderhof	3780 Gstaad	Gold Card

NAME	VORNAME	FIRMA	PLZ/ORT	CARDTYP
Iseli	Markus & Stephanie		3780 Gstaad	Supporter Card
Jauner	Marcel	Rieder Architektur AG	3792 Saanen	Supporter Card
Kazic	Mihajlo	Chaletbau Matti Architektur AG	3780 Gstaad	Supporter Card
Kernen	Bruno	Hotel Kernen	3778 Schönried	Gold Card
Koetser	Daniel & Davia		3778 Schönried	Gold Card
Kropf	Aldo	Apotheke & Laboratorium	3780 Gstaad	Gold Card
Lanz	Louis	BKW ISP AG	3780 Gstaad	Gold Card
Ludi	Peter & Bernhard	Ludi AG	3780 Gstaad	Gold Card
Lutz	Ambros	Wellness- & Spa-Hotel Ermitage	3778 Schönried	Gold Card
Lutz	Jürg & Elisabeth	Wellness- & Spa-Hotel Ermitage	3778 Schönried	Gold Card
Maag	Rudolf		4102 Binningen	Gold Card
Matti	Daniel	Matti Immobilien AG	3792 Saanen	Gold Card
Matti	Christiane	Hotel Arc-en-ciel AG	3780 Gstaad	Silver Card
Matti	David & Sandra	Notariat und Advokatur	3792 Saanen	Gold Card
Matti	Jean-Claude	Chaletbau Matti Architektur AG	3781 Gstaad	Silver Card
Matti	Beat	Chaletbau Matti Holzbau AG	3782 Gstaad	Silver Card
Matti	Ueli W.	Chaletbau Matti Architektur AG	3780 Gstaad	Supporter Card
Matti	Michel	Gstaad Saanenland Tourismus	3780 Gstaad	Supporter Card
Perreten	Ueli	Zimmerei & Chaletbau AG	3780 Gstaad	Silver Card
Reichenbach	Hanspeter	Reichenbach Architekten AG	3780 Gstaad	Gold Card
Reichenbach	Werner		3780 Gstaad	Supporter Card
Renevey	Fabien	Chaletbau Matti Architektur AG	3780 Gstaad	Supporter Card
Reuteler	Arthur	Bikesport Reuteler GmbH	3792 Saanen	Supporter Card
Reuteler	Mathias	Rieder Architektur AG	3792 Saanen	Supporter Card
Reuteler	Martin	Rieder Architektur AG	3792 Saanen	Supporter Card
Reymond	Jean-Claude	Chaletbau Matti Architektur AG	3780 Gstaad	Supporter Card
Rieder	Max	Rieder Architektur AG	3792 Saanen	Gold Card
Romang	Christoph	Schuhhaus Romang	3780 Gstaad	Silver Card
Rothen	Beat	Typo Druck Rothen	3780 Gstaad	Supporter Card
Ryser	René	Molkerei Gstaad	3780 Gstaad	Silver Card
Schär	Hans & Lotti	Elektrohuus von Allmen AG	3780 Gstaad	Gold Card
Schmid Laurenz	Lutz Heiner	HLLS Beratungen AG	3778 Schönried	Gold Card
Schranz-Röthlisberger	Peter	Spenglerei & Taxi	3792 Saanen	Supporter Card
Seifritz	Roger		3777 Saanenmöser	Supporter Card
Speth	Robert	R.S. De Luxe Food AG	3780 Gstaad	Gold Card
Steimle Victor	Ludi Matthias	T&R Oberland AG	3780 Gstaad	Gold Card
Thoenen	Thomas & Ueli	Thoenen Bauunternehmung AG	3780 Gstaad	Gold Card
Varga	Istvan	Chaletbau Matti Architektur AG	3780 Gstaad	Supporter Card
von Allmen	Jürg	Saanen Bank AG	3792 Saanen	Gold Card
von Grünigen	Andreas	Chaletbau Matti Architektur AG	3780 Gstaad	Supporter Card
von Grünigen Stefan	Huber Elisabeth	Drogerie von Grünigen AG	3780 Gstaad	Silver Card
von Siebenthal	Stefan	Chaletbau Matti Holzbau AG	3792 Saanen	Supporter Card
Wampfler-Albrecht	Fritz		3792 Saanen	Supporter Card
Wehren	Markus	Chaletbau Matti Architektur AG	3780 Gstaad	Supporter Card
Widmann	Thomas		3780 Gstaad	Gold Card
Zeller	Christoph & Christina	Viva Incentives	3780 Gstaad	Gold Card
		Jaggi & Partner AG	3780 Gstaad	Gold Card

## **GSTAAD SAANENLAND TOURISMUS**

Haus des Gastes, Promenade 41, 3780 Gstaad/Switzerland

T +41 33 748 81 81

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

**GSTAAD**

**SAANEN**

**SCHÖNRIED**

**SAANENMÖSER**

**ZWEISIMMEN**

**LAUENEN**

**GSTEIG**

**FEUTERSOEY**

**TURBACH**

**ABLÄNDSCHEN**