

GESCHÄFTSBERICHT 2010/2011



GSTAAD®
COME UP – SLOW DOWN

GSTAAD SAANENLAND TOURISMUS

Haus des Gastes, Promenade 41, CH-3780 Gstaad

Tel. +41 (0)33 748 81 81, Fax +41 (0)33 748 81 83

www.gstaad.ch, info@gstaad.ch



© Gstaad Saanenland Tourismus, Februar 2012

DESIGN & DRUCK: Müller Marketing & Druck AG, Gstaad

FOTOS: Gstaad Saanenland Tourismus

INHALT

1. BRIEF AN DIE MITGLIEDER	2
2. TÄTIGKEITSBERICHT	3
2.1. Organigramm	3
2.2. Vorstandstätigkeit	3
2.3. Geschäftsleitung	5
2.4. Marketing	6
2.5. Medienarbeit & PR	10
2.6. Info Center & Reservation	12
2.7. Gästeberatung & Tourismusbüros	14
2.8. Infrastrukturen & Events	16
2.9. Finanzen & Administration	18
2.10. Lehrlings-Ausbildung	20
2.11. Dorfgenerationen	21
3. JAHRESRECHNUNG 2010/11	23
4. PROTOKOLL DER 18. ORDENTLICHEN HAUPTVERSAMMLUNG	31
5. GESCHÄFTSFÜHRUNGS- UND VERWALTUNGSORGANE	36
6. TOURISMUS-STATISTIK	37
7. WELCOME CARD	40

1. BRIEF AN DIE MITGLIEDER



Liebe Mitglieder

Im Berichtsjahr 2010/11 beschäftigten uns wiederum etliche Herausforderungen und ihre Lösungsansätze: Erfreulich gut haben wir die Überbewertung des Frankens überstanden. Die doppelte Herausforderung – weniger europäische Gäste und vermehrtes Reisen der Schweizerinnen und Schweizer ins Ausland – hat Spuren hinterlassen, wenn auch keine tiefen Kerben. Markante Einbrüche sind keine zu verzeichnen. Dank flexiblen Reaktionen vor allem seitens Hotellerie konnte erreicht werden, dass sich die Rückgänge bei den Übernachtungszahlen in Grenzen hielten.

Einmal mehr hat sich gezeigt, wie existenzhaltend die Forcierung des Baus von Beschneigungsanlagen ist. Ohne diese hätten unsere Gäste im Winter 2010/11 keine vernünftigen Pisten vorgefunden, und die Bergbahngesellschaften hätten einen katastrophalen Einbruch bei den Einnahmen erleben müssen. Die Qualität der beschneiten Pisten war ausserordentlich gut und beeindruckte die Feriengäste. Nun gilt es, die Tagesgäste noch vermehrt von unseren grossen Qualitätssteigerungen zu überzeugen.

Die Benchmark zeigt, dass Gstaad nach wie vor eine Vorzeigedestination ist. Dank sehr breiter Angebotspalette, innovativem Handeln und treuen Stammgästen kommen wir gut über die Runden.

Dank vorausschauendem, vorsichtigem Budgetieren und rigoroser Kontrolle der laufenden Rechnung präsentiert sich auch in diesem Berichtsjahr die Vereinsrechnung mit einer schwarzen Null. Unser Verein darf nicht gewinnorientiert handeln, vielmehr müssen die Mittel dazu verwendet werden, um unsere Region zu vermarkten. Es bedarf dazu weiterhin grosser Anstrengungen, die Mittel-Basis für erfolgreiches

Handeln zu stärken. Dazu gehört unsere Initiative, aufgrund des neuen Marketingkonzepts mit einem Push in den drei folgenden Geschäftsjahren vermehrte Mittel in gezieltes Marketing zu stecken. Die Gemeindeversammlungen in Lauenen und Gsteig haben bereits sehr deutlich zugestimmt. Mit Zuversicht sehen wir der Abstimmung in der Gemeinde Saanen entgegen, die Ende März 2012 stattfindet.

Auf gutem Weg befindet sich die auf der Basis des GST-Leitbildes 2010 geschaffene Initiativgruppe «Gstaad 2020+», zusammengesetzt aus Vertretern aller Leistungsträger der Region. Mehrere Workshops und zahlreiche Arbeitsgruppensitzungen haben zu verwertbaren Innovationen geführt. Die Arbeit wird im nächsten Tourismusjahr fortgesetzt.

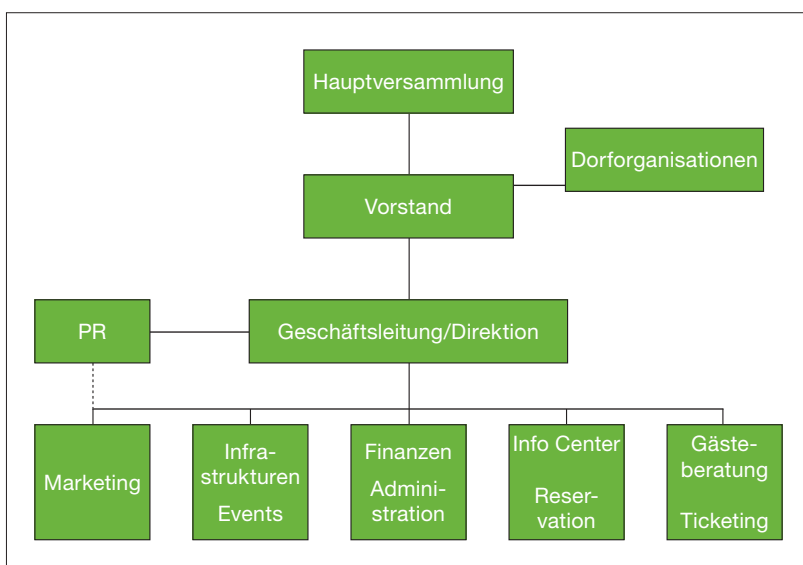
Intern haben wir eine Klippe überzeugend umschifft. Mitten ins Geschäftsjahr fiel der Wechsel vom langjährigen Direktor Roger Seifritz zu seinem Nachfolger Martin Bachofner. Beeindruckt konnte ich feststellen, wie schnell und umfassend er sich in die Dossiers eingearbeitet hat und schon nach kurzer Zeit kompetent mitdiskutieren konnte. Neue Impulse sind bereits von ihm ausgegangen. Der Vorstand ist überzeugt, eine gute Wahl getroffen zu haben.

Es ist mir ein grosses Anliegen, allen zu danken, die mit engagierter Zusammenarbeit und grossem Einsatz im und für den GST arbeiten. Das Ziehen am gleichen Strick – und in die gleiche Richtung! – von Dorfvorständen, GST-Vorstand, Geschäftsleitung, Angestellten, Partnern ist die wesentlichste Voraussetzung für unser erfolgreiches Handeln.

Andreas Hurni, Präsident

2. TÄTIGKEITSBERICHT

2.1. Organigramm



2.2. Vorstandstätigkeit

Aufgaben

Als strategisches Führungsorgan setzt der Vorstand Leitlinien und Eckpunkte und überwacht die Geschäftsleitung in der operativen Führung des Vereins. Darüber hinaus beeinflusst er Themen, die für die touristische Entwicklung der Gesamtdestination wesentlich sind. Der Vorstand hat im Berichtsjahr vier Mal regulär und dreimal ausserordentlich getagt. Es fanden mehr als 25 Sitzungen in themenabhängiger Zusammensetzung statt. Dazu gehörten die regelmässigen Führungsausschuss-Treffen des Präsidenten GST, des Vizepräsidenten GST und des Direktors GST. Ebenfalls stark engagiert war der Vorstand in den Sitzungen zu den Themen «Selektion neuer Direktor», «Gstaad 2020+» oder «Tourismuspolitik im Kanton Bern».

Herausgegriffen

• Selektion und Einarbeitung neuer Direktor

Die Kündigung von Roger Seifritz stellte den Vorstand anfangs des Geschäftsjahres vor eine grosse Herausforderung. Es ging darum, die Auswahl der am besten geeigneten Person sicherzustellen. Dieses Ziel konnte nicht einfach nur

Mitglieder Vorstand



Andreas Hurni
Präsident



Andrea Scherz
Vizepräsident



Christoph Ringier
Mitglied



Eric Oehrli
Mitglied



Emanuel Raaflaub
Mitglied



Jürg Schwenter
Mitglied



Christiane Matti
Mitglied



Hansueli Brand
Mitglied



Günter Weilguni
Mitglied

Andreas Hurni
verabschiedet Roger
Seifritz an der Haupt-
versammlung.

mit einem Inserat und darauffolgenden Vorstellungsgesprächen abgewickelt werden. Es benötigte vielmehr einen mehrstufigen Prozess. Dieser wurde professionell begleitet. Es war von zentraler Bedeutung, dass der Vorstand GST die Entscheidung unabhängig fällen konnte. Am 24.1.2011 wurde mit Martin Bachofner einstimmig ein Nachfolger gewählt. Nach der Wahl wurde unter der Leitung des scheidenden Direktors in mehr als 10 Einarbeitungsmeetings mit dem designierten Direktor ein nahtloser Übergang ermöglicht. Martin Bachofner trat seine Funktion dann am 1. Mai 2011 an.

• **Umsetzung Leitbild: der «Regionsvertrag 2020+»**

In der Hauptversammlung vom 16. März 2010 gab sich der Verein GST ein neues Leitbild. Seither wurde kontinuierlich daran gearbeitet, dieses mit Leben zu füllen und dem Ziel eines «Regionsvertrages» näher zu kommen. Im April 2011 haben Teilnehmer aus Vorstand und Geschäftsleitung GST mit Vertretern der zentralen Anspruchsgruppen aus der Region (Gemeinden, Hotelierverein, Gewerbeverein, Bergbahnen, Landwirtschaft, Schnee- und Bergsport, Events sowie Privatschulen) ein Bekenntnis zur Initiative «2020+» abgegeben. Alle sind gewillt, gemeinsam an einer nachhaltigen Zukunft der Destination mitzuarbeiten. In Workshops wurde gemeinsam an der Vision, Mission und Handlungsansätzen gearbeitet. Der Prozess läuft auch im Geschäftsjahr 2011/2012.

• **Revision des Tourismusentwicklungsgesetzes (TEG) im Kanton Bern**

Der Grossrat des Kantons Bern hat eine Teilrevision des TEG angenommen. Zentral dabei ist, dass die Gesetzesänderung zu einer Gründung einer kantonalen Tourismus-Marketing AG führt. Diese AG wird die Destinationen in der Abwicklung von Basis-Marketingaufgaben wesentlich entlasten. Auch die Destination Gstaad Saanenland wird davon profitieren. Der Präsident sowie der Direktor GST haben in dem vom beco geführten Prozess aktiv mitgearbeitet und werden dies auch weiterhin tun. Eine Gründung der AG ist auf den Sommer 2012 vorgesehen.



2. TÄTIGKEITSBERICHT

2.3. Geschäftsleitung

Aufgaben

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

Herausgegriffen

• Reorganisation

Im Sommer 2011 wurden die Bereiche Gästeberatung/Tourismusbüros und Info Center/Reservation zum neuen Bereich Guest Relations zusammengelegt. Die Geschäftsleitung wurde von 6 auf 5 Mitglieder reduziert. Die neue Struktur hat wesentlich zur Erfüllung des GST-Jahresziels «Entschlackung» beigetragen. Arbeitsabläufe wurden geprüft, Doppelspurigkeiten ausgemustert. Unter einheitlicher Führung kann nun die Service-Qualität gesteigert werden.

• Erhöhung der Marketingmittel

GST hat es sich zum Jahresziel gesetzt, in einem integrierenden Vorgehen die Marketingmittel zu erhöhen. In erster Linie wurden mit Einsparungen GST-intern mehr Mittel fürs Marketing freigesetzt. Zweitens erhofft sich GST eine Entlastung des Marketing-Budgets durch das revidierte Tourismusedwicklungsgesetz des Kantons Bern, welches die Gründung einer kantonalen Marketing-AG vorsieht. Drittens hat GST bei der Gemeinde Saanen erreicht, dass die finanziellen Beiträge an die 6 Top Events künftig direkt von der Gemeinde entrichtet werden. Viertens wurde bei den Gemeinden Saanen, Lauenen und Gsteig ein Antrag für einen für drei Jahre befristeten «Marketing-Push» gestellt. Diese zusätzlichen Mittel sollen bei der Erreichung folgender Ziele massgeblich unterstützen:

- Mehr Schlagkraft im Onlinemarketing in bestehenden und neuen Märkten
- Mehr Schlagkraft bei Saisonrandkampagnen
- Erreichen einer aktiven Präsenz «Verkaufsförderung» in Schlüsselmärkten
- Mehr Schlagkraft im exklusiven Angebotsbereich in Wachstumsmärkten (für GST neue Märkte)
- Intensivierung des Markenschutzes und der Markenverwertung

Die Gemeinden Lauenen und Gsteig haben dem Antrag bereits stattgegeben. Bei der Gemeinde Saanen kommt die Vorlage am 30. März 2012 vor die Gemeindeversammlung.

• Weitere Zunahme von markenrechtlichen Herausforderungen

GST ist Eigentümer diverser Bildmarken sowie der Wortmarke Gstaad. Im Berichtsjahr verzeichnete GST einen neuen finanziellen Rekordaufwand für den Markenschutz. Die Zahl der Unternehmen und Personen wächst, die die Marke Gstaad für eigene Zwecke nutzen. Deshalb wird die Nutzung der Marke Gstaad noch stärker als bisher kontrolliert und reglementiert.

• Unterstützung diverser Destinationsprojekte

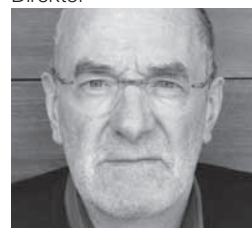
GST unterstützte und koordinierte aktiv diverse Tourismus-Projekte in der Region. Dazu gehörten etwa das Kunst- und Kulturzentrum-Projekt «Les Arts Gstaad» sowie weitere Projekte im Bereich der Ansiedlung von neuen Events, Hotelansiedlungen und Destinationsfinanzierung.

Geschäftsleitung

(Stand 31.10.11)



Martin Bachofner
Direktor



Michel Matti, Vizedirektor,
Leiter Finanzen, IT,
Infrastrukturen



Kerstin Sonnekalb
Leiterin Public Relations



Reto Tschannen
Leiter Marketing



Andreas Zoppas
Leiter Guest Relations

2. TÄTIGKEITSBERICHT

Bei der «Meeting Trophy» lernen über 90 der begehrtesten Top-Einkäufer und Vertreter der wichtigsten Fachmedien Gstaad aus erster Hand kennen.



Mitarbeiter (Stand 31.10.11)



Reto Tschannen
Leiter Marketing



Marisa Arnet
Leiterin Produktmarketing



Oliver Loeffel
Marketingassistent

2.4. Marketing

Aufgaben und Aktivitäten

Der Funktionsbereich Marketing lässt sich in die Unterbereiche Basis- und Angebotsmarketing unterteilen. Das Basismarketing umfasst das Abbilden von allen touristisch relevanten Informationen der Destination auf dafür geeigneten Plattformen wie z.B. www.gstaad.ch, iGstaad App oder Gstaad TV sowie die technische Entwicklung und Pflege der Plattformen selber. Im Angebotsmarketing werden gezielt einzelne Themenbereiche hervorgehoben und beworben.

• Werbung Schweiz

Eines der Ziele im Berichtsjahr war, Gstaads Positionierung als Mountainbike-Region zu stärken. Dies erfolgte mittels einer breit angelegten Angebotskampagne, wobei Angebote der Hotels auf einer eigens entwickelten Webseite erfasst wurden. Eine Medienpartnerschaft mit «20 minuten» sowie Banner auf einschlägigen Webseiten sorgten für den Traffic auf diese Angebotsseite. Dieses Modell einer sogenannten Microseite (für die Kampagne eigens entwickelte Webseite) wurde auch für eine zweite Kampagne zum Thema Frühlingsskifahren verwendet. Begleitet wurden diese Initiativen durch Social Media-Massnahmen und Wettbewerbe, bei welchen sich interessierte Leistungsträger in Szene setzen konnten.

Im Bereich Mountainbike hat GST ein Experiment gestartet und zusammen mit den Leistungsträgern zwei eigene Angebote entwickelt. Die Auswertung dieser Aktionen zeigte auf, dass GST bei der spezifischen Angebotsgestaltung zu wenig nah am Markt ist.

Im Herbst wurde auf Anregung einer Arbeitsgruppe aus dem Projekt «Gstaad 2020+» eine breit angelegte Print-Angebotskampagne zum Thema «3 Genera-

tionen on Tour» durchgeführt. Ein spezielles Familienangebot wurde von der Arbeitsgruppe definiert und innerhalb dieser Aktion erfolgreich vermarktet. Als Follow-up einer Raiffeisen-Sommeraktion im Berner Oberland wurde diesen Gästen ein spezielles Winterangebot für unsere Region abgegeben. Die Resultate hiervon stehen noch aus.

• **Verkaufsförderung international**

Als Basismassnahme in den wichtigsten Auslandsmärkten wurden die Kampagnen von Schweiz Tourismus «Winter», «Berge» und «Wellness» genutzt und mit Angeboten bespielt.

Im Zentrum der übrigen Aktivitäten standen die 2010 ins Leben gerufenen Auftritte zusammen mit dem Gstaad Festival Orchestra in München und Paris, sowie die «Swiss Premium» genannten Showabende in Zusammenarbeit mit Engelberg und Davos. «Swiss Premium» fand 2011 in Karlsruhe und Stuttgart statt und ermöglichte es ca. 250 Meinungsmachern aus Wirtschaft und Politik, unsere Destination kennen zu lernen. Die Shows werden von Beat Antenen sehr professionell moderiert und bieten unserer Destination ein adäquates Umfeld. Die Tournee besteht noch bis und mit 2013.

An den mit dem Gstaad Festival Orchestra gemeinsam organisierten Destinationsauftritten wurden insgesamt mehr als 2000 eigens angefertigte Broschüren an das Publikum verteilt. Auch diese Plattform wird GST weiterhin aktiv nutzen.

Im Markt Deutschland unterstützt GST aktiv die Partnerschaft der Gemeinde Saanen mit Darmstadt. An den sehr populären Events «Grenzgang» und «Heinerfest» erhielt Gstaad somit eine breite und kostengünstige Präsenz.

Ein Winter-Massnahmenpaket mit Angebotskampagne und eigenem Stand an der Messe «La Suisse au coeur de Strasbourg» sorgte für verstärkte Präsenz im sich positiv entwickelnden Markt Frankreich.

Verstärkt wurde versucht, neue Kooperationen zu entwickeln. Zum Beispiel erhielt Gstaad einen kleinen Auftritt an einem Event des Gstaader Yacht Clubs in St. Tropez und konnte dort seinen neuen Imagefilm präsentieren.



Claudia von Grünigen
Polygrafin



Denise Hartmann
Praktikantin



Gstaad Saanenland
Tourismus nutzte
erneut die Promoti-
onsplattform «Swiss
Premium» – diesmal
in Karlsruhe und
Stuttgart.



Auf der Homepage sind sowohl der neue Imagefilm als auch Hinweise auf andere multimediale Angebote abrufbar.

• Verkaufsförderung «Neue Märkte»

Im Wissen, dass ab 2012 die Marktbearbeitung auf neue Märkte ausgeweitet wird, wurden bereits zwei kleinere Kooperationen durchgeführt. Zusammen mit dem Institut Le Rosey erhielt die Destination einen Auftritt in einem Shanghaier Golfclub und anlässlich von UBS-Kundenevents unter dem Titel «Swiss Nights» konnte sich Gstaad sogenannten High Networth-Kunden in Jakarta und Singapur präsentieren.

• 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.

• Social Media Marketing

Die Präsenz einer Tourismusdestination auf führenden sozialen Netzwerken wird heutzutage vom Markt quasi verlangt. Sodann ist Gstaad auf facebook und auch youtube mit eigener Fanseite bzw. Kanal vertreten. Im Rahmen der Mountainbike-Werbekampagne Schweiz wurde auf der Gstaader Facebook-Seite ein Wettbewerb durchgeführt, welcher zu immerhin 2'800 Kontakten führte. Die professionelle Nutzung dieser Netzwerke verspricht grosses Marketingpotential, setzt jedoch spezialisiertes Wissen und neue Kampagnen-Mechanismen voraus. GST wird deshalb in Zukunft mehr Ressourcen in diesen Bereich investieren.

• Produktion und Distribution von Werbemitteln

GST produziert und vertreibt eine breite Palette von Werbemitteln wie die Image-Broschüre, Prospekte zum Angebot von Hotels, Appartements und Ferienunterkünften, diverse Angebots-Flyer, Winter- und Sommerinformations-

karten sowie Poster. Die Distribution läuft über eigene Verkaufsförderungskanäle an nationale und internationale Stellen (z.B. Tourismusbüros, Bahnhöfe, Autobahnraststätten usw.) und das Mailinghouse von Schweiz Tourismus in der ganzen Welt. Diese Imprime werden kontinuierlich inhaltlich wie gestalterisch weiterentwickelt. Neu aufgelegt wurde ein Flyer mit dem Meeting- und Incentiveangebot.

Herausgegriffen

• Geschäftstourismus

Dieser Geschäftszweig eignet sich besonders gut, um die Auslastung in der Zwischensaison zu erhöhen. Weiter bringen solche Events potentielle neue Gäste in die Region. Die Positionierung als Destination mit hohem Qualitäts- und Erholungswert erlaubt es Gstaad, in diesem Bereich eine Nische für kleine und mittlere Anlässe zu besetzen. Dieses «People Business» ist sehr aufwändig in der Bearbeitung. GST unternimmt dies in Zusammenarbeit mit den grösseren Hotels und Schweiz Tourismus. In diesem Rahmen konnte GST im Juli als Host Destination der «Meeting Trophy» über 90 der begehrtesten Top-Einkäufer und die wichtigsten Fachmedien in Gstaad begrüßen. In spielerischer und professioneller Manier erlebten die Teilnehmer in einem 24-Stunden-Programm die Region von ihrer schönsten Seite. Des Weiteren war Gstaad an Europas grösster Fachmesse EIBTM in Barcelona mit einem Stand präsent.

Angesichts der UBS «Swiss Nights» konnte sich Gstaad in Jakarta und Singapur präsentieren.



Thank you for your contribution
to our *Swiss Events* in Singapore
and Jakarta.

2. TÄTIGKEITSBERICHT

Mitarbeiter (Stand 31.10.11)



Kerstin Sonnekalb
Leiterin Public Relations



Marlène Müller
PR-Assistentin

2.5. Medienarbeit & PR

Aufgaben und Aktivitäten

Der Funktionsbereich PR betreut die proaktive und reaktive Medienarbeit von GST mit Fokus auf die Zielmärkte Schweiz, Deutschland, Frankreich und UK. Der Direktionswechsel prägte auch die PR-Arbeit im Geschäftsjahr 2010-11. Allgemein liess sich ein Trend hin zu PR-Kooperationen mit verschiedenen Leistungsträgern ablesen. Social Media-Aktivitäten gewinnen an Bedeutung. Das Tätigkeitsfeld umfasste im Berichtsjahr:

• Medientext- und Bild-Datenbank

Die Auswahl an themenbezogenen Standard-Medientexten sowie das PR-Bilder-Archiv wurden aktualisiert und bedarfsorientiert ergänzt. Der DIPP-Prozess zur Pflege der Bilderdatenbank hat sich bewährt (www.gstaad.ch, Rubrik Medien).

• Externe und interne Kommunikation

Die Angebots- und Unternehmenskommunikation wird durch eine Vielzahl an Medienmitteilungen mit Leben gefüllt. Die Kernbotschaften der diversen Themen werden ausserdem an die Frontmitarbeiter kommuniziert. Dies dient insgesamt der Transparenz, Imagepflege und sorgt so für ein besseres Verständnis für die jeweilige Vorgehensweise. Im Berichtsjahr wurden 67 Medienmitteilungen (62 im Vorjahr) herausgegeben. 22 wurden auf Französisch und 4 auf Englisch übersetzt.

• Medienagenturen

Die Führung der PR-Agenturen in Frankreich, Deutschland und Grossbritannien gehört ebenfalls zu den Kernaufgaben im PR-Bereich. Daraus entstanden total 23 (28) länderspezifische Medienmitteilungen.

• Medienevents

In den Zielmärkten hat GST sich zusammen mit diversen Partnern bei folgenden Medienevents präsentiert: Konzerte des Gstaad Festival Orchestra in Dresden, München und St. Denis/Paris sowie «Swiss Premium» in Karlsruhe und

Die KiKa-Produktion «Trau dich!» gehörte zu den herausragenden PR-Aktivitäten.





Bei den Medienmeetings in Hamburg wurden 20 Journalisten mit News aus Gstaad versorgt.

Stuttgart. Zu gezielten Medienmeetings reiste GST ausserdem nach London und Hamburg. Diese Events erzeugten ein Medienecho im erwarteten Rahmen.

• **Medienreisen / Reisereportagen**

Insgesamt wurden im Berichtsjahr 160 (97) Journalisten bei ihren Recherchen vor Ort betreut. Die PR-Abteilung organisierte 15 (13) Medienreisen proaktiv und unterstützte 34 (34) Medienreisen von Hotels, Schweiz Tourismus und anderen Veranstaltern reaktiv. GST erzielte dadurch ein Werbeäquivalent in Höhe von CHF 1,5 Mio. (1,8 Mio.).

• **Mediananfragen**

Das PR-Team wickelte 252 (293) Mediananfragen zu verschiedensten Themen ab. Der zu erwartende Hype anlässlich des Todes von Gunter Sachs blieb aus, da die Familie intensiv kommunizierte. Die Medien haben inzwischen verstanden, dass GST Diskretion sehr ernst nimmt. «People-Anfragen» nehmen ab.

• **Sonstige Tätigkeiten**

GST hat sich als PR-Partner für Leistungsträger der Region weiter etabliert. Die Integration der Einzel-Themen in die Destinationskommunikation funktioniert überwiegend gut. Die saisonalen News können wir nun 3 Monate vor Saisonbeginn online stellen. Auch mit der neu gestalteten Mediengalerie werden wir dem Servicebedürfnis der Medien nun besser gerecht. Die Prozesse der Krisenkommunikation wurden angepasst. Zu den weiteren Tätigkeiten zählt u.a. die Überarbeitung diverser Texte, das Erstellen des monatlichen Newsletters, der Insider-Tipps auf www.gstaad.ch, Programm-Angebote für die Medienarbeit von Schweiz Tourismus, die Basisdatenpflege auf ca. 130 Internet-Plattformen, Studentenanfragen etc.

Herausgegriffen

Ein herausragendes Projekt war die Produktion einer mehrteiligen KiKa-Sendung «Trau dich!». Die Produktion und Lancierung des Dokumentarfilms «L'autre versant de Gstaad» hat GST begleitet. Der Film wurde zu einem der Kassenschlager im Gstaader Kino und lief am 24.12.2011, 20.10 Uhr, in TSR 2. Die Lancierung des Gstaad-Imagefilms brachte erfreuliche Zugriffszahlen.



Das Team von GST frischt touristisches Wissen auch vor Ort auf.

Mitarbeiter

(Stand 31.10.11)



Andreas Zoppas
Leiter Guest Relations



Susanne Brechbühl
Leiterin Info Center &
Reservation

2. TÄTIGKEITSBERICHT

2.6. Info Center & Reservation

Aufgaben und Aktivitäten

Als Hauptanlaufstelle für Erstkontakte nimmt die Abteilung Info Center & Reservation für die Ferienregion Gstaad eine wichtige Funktion ein. Die Kontaktaufnahme erfolgt vor allem per Telefon und E-Mail. Als zentrale Reservationsstelle bucht die Abteilung für Kunden Hotel- und Ferienwohnungsaufenthalte. Das Tätigkeitsfeld im Überblick:

• Gästeinformation und Kundenberatung

Im Berichtsjahr wurden täglich bis zu max. 150 Telefonanrufe über die Hauptnummer 033 748 81 81 abgewickelt. Die Anfragen sind sehr vielseitig und werden konsequent innerhalb von 24 Stunden bearbeitet.

• Vermietung Ferienwohnungen

Aktuell vermittelt die Direktreservationszentrale 220 Ferienwohnungen im Saanenland und in Zweisimmen. Die Anzahl Ferienwohnungs-Buchungen ist im Berichtsjahr weiter zurückgegangen. Gründe sind der starke Schweizer Franken, witterungsbedingtes Ausbleiben von kurzfristigen Buchungen und die allgemein unsichere Wirtschaftslage. Im Berichtsjahr erfolgten 1'152 Ferienwohnungs-Buchungen, wovon der Anteil Internetbuchungen um rund 20 % auf einen Anteil von 50 % zunahm.

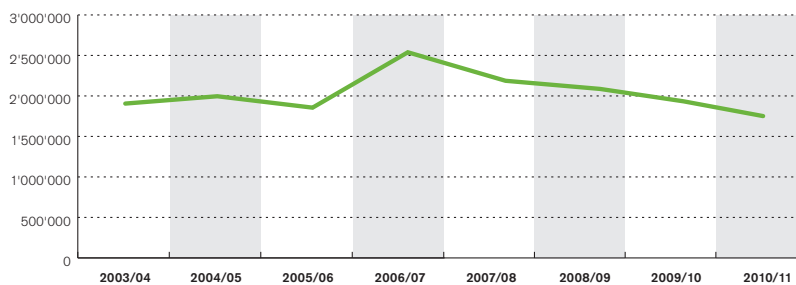
• Hotel-Reservation

In den vergangenen Jahren nahmen die Hotelreservierungen über die Reservationszentrale stetig ab. Dies ist zum grössten Teil auf fehlende Verfügbarkeiten zurückzuführen. Die grossen Online-Plattformen wie booking.com spielen zudem im Markt eine sehr wichtige Rolle. Die Hotels stellen den grossen Plattformen vermehrt Zimmer zur Verfügung, auf welche GST keinen Zugriff hat. Im Berichtsjahr erfolgten 464 Buchungen, was eine Abnahme von 34 % bedeutet. Um diesem Trend entgegenzuwirken, hat GST während der Sommer- und Herbstmonate die neue Reservationssoftware Deskline 3.0 der Firma Feratel eingeführt. Dank neuen Schnittstellen und der Anbindung von Channelmanagern hat GST in Zukunft direkten Zugriff auf die Verfügbarkeiten (auch langfristig).

• Gruppen- und Firmenanfragen

Im Berichtsjahr wurden 171 Anfragen bearbeitet (Vorjahr 190). Diese führten zu 52 Buchungen (Vorjahr 44). Die Abschlussquote konnte um 7 % auf 30 % erhöht werden.

Mehrjahresvergleich Umsatz ab 2003/04



Herausgegriffen

• Entwicklung Direktreservation

Im Berichtsjahr nahm der Direktreservationsumsatz gegenüber dem Vorjahr um 9 % ab. Bei den Ferienwohnungen nahmen die Umsätze um 5 %, bei den Hotels um 32 % ab. Der Grund liegt in der sehr zurückhaltenden und kurzfristigen Bereitstellung von Kontingenten während der Wintermonate und den relevanten Wochen der Sommersaison.

• Reservationen online

Der prozentuale Anteil an Online-Buchungen nahm im Berichtsjahr im Vergleich zum Vorjahr um 5 % ab.



Marina Gloor
Info Center & Reservation



Madlen Carini
Info Center & Reservation

Mitarbeiter

(Stand 31.10.11)



Andreas Zoppas
Leiter Guest Relations



Lisa Föh
Leiterin Tourismusbüros



Ingrid Reichenbach
Stv. Leiterin Tourismusbüros



Barbara Rubin
Fachleiterin Ticketing



Christine Eymann
Schalter/Ticketing



Marlis von Grünigen
Schalter/Ticketing



Barbara Kohler
Schalter/Ticketing



Jasmin Beetschen
Schalter/Ticketing



Lea Donizetti
Schalter/Info Center

2. TÄTIGKEITSBERICHT

2.7. Gästeberatung & Tourismusbüros

Aufgaben und Aktivitäten

Die Tourismusbüros in Gstaad, Saanen, Schönried, Saanenmöser, Gsteig und Lauenen sowie die Infostellen Turbach und Abländschen werden durch die Abteilung Gästeberatung & Tourismusbüros betreut. Die sechs touristischen Anlaufstellen bedienen im Berichtsjahr ca. 90'000 Kunden. An einem Spitzentag besuchen ca. 600 Gäste das Tourismusbüro in Gstaad. Bei den Besucherzahlen ist ein Rückgang von ca. 10 % zu verzeichnen (am Standort Gstaad).

• Beratungs- und Verkaufsleistungen

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

Gstaad

In Gstaad erfolgen die touristische Information und Beratung, die Reservierung von Hotels und Ferienwohnungen, der Abonnement- und Ticketverkauf für die Bergbahnen (GMR) und diverse Veranstaltungen. Dazu werden am Schalter Gstaad auch Wanderkarten, Bücher, Fischerpatente und diverse Boutique-Artikel verkauft.

Saanen

Nebst der touristischen Information und Beratung werden Reservationen von Hotels und Ferienwohnungen, der Ticketverkauf für diverse Veranstaltungen sowie der Verkauf von Wanderkarten und Boutique-Artikeln abgewickelt. Seit der Umfahrung des Dorfes wird das Tourismusbüro wieder stärker frequentiert.

Saanenmöser

Die Palette umfasst die touristische Information und Beratung, die Hotel- und Ferienwohnungsreservation und im Winter einen eingeschränkten Ticketverkauf für die Bergbahnen. Zusätzlich offeriert das GST-Büro Dienstleistungen als offizielle Agentur der Schweizerischen Post und erteilt Auskünfte im Auftrag der Montreux-Oberland-Bahn.

Schönried, Gsteig, Lauenen, Turbach und Abländschen

Die touristischen Anlaufstellen für diese Dörfer befinden sich in den Filialen der Saanen Bank (Gsteig, Lauenen) und der MOB (Schönried). In diesen Büros ist die komplette Palette touristischer Information und Beratung verfügbar. In Turbach und Abländschen werden die Infostellen durch Einheimische betreut.



Das Aussenbüro Lauenen befindet sich in der Filiale der Saanen Bank.

Herausgegriffen

• Tourismusbüro Schönried

Als Folge von schwachen Schalterfrequenzen wird das sich im Bahnhof Schönried befindende Tourismusbüro seit September 2010 im Mandatsverhältnis ganzjährig durch MOB-Mitarbeiter betreut. Die verantwortliche Mitarbeiterin nimmt regelmässig an Sitzungen und auch an Mitarbeiter-Events von GST teil. Die Öffnungszeiten wurden erweitert und den Bedürfnissen der Gäste entsprechend angepasst.

• Ticketing

Das Büro Gstaad nahm im Mandatsverhältnis Ticketverkaufsleistungen für diverse Unternehmen wahr. Kunden erhielten Eintrittskarten für die Gstaader Grossveranstaltungen wie Menuhin Festival, Crédit Agricole Suisse Open Gstaad, Beachvolleyball World Tour Gstaad Open, Country Night und Somets Musicaux sowie für weitere lokale und nationale Veranstaltungen (Ticket Corner). Der im Berichtsjahr erzielte Ticketing-Umsatz liegt mit CHF 6'042'286 hinter dem Vorjahreswert von CHF 6'210'528 zurück (-2.7 %).

• Zusammenschluss von zwei Geschäftsbereichen

Nach dem Austritt des Geschäftsleitungsmitglieds Katrin Espiasse wurden Anfang September 2011 die Bereiche Direktreservation und Gästeberatung & Tourismusbüros zusammengeführt. Der neue Bereich «Guest Relations» wird durch Andreas Zoppas, Leiter, und die beiden Kadermitarbeiterinnen Susanne Brechbühl (Direktreservation) und Lisa Fäh (Schalter) geführt.



Corinne Bürki
TB Saanen



Agnes Wyss
TB Saanenmöser



Angelica Perreten
TB Saanenmöser



Jolanda Romang
TB Turbach



Kathrin Hauswirth
TB Gsteig



Elisabeth Brand
TB Lauenen



Robert Dänzer
TB Abländschen



Franziska Ueltschi
TB Schönried

Winterwandern erfreut sich wachsender Beliebtheit. GST sorgt für die passende Infrastruktur.



Mitarbeiter

(Stand 31.10.11)



Michel Matti
Leiter Infrastrukturen



Tony Ryter
Leiter Werkgruppe



Peter Oehrli
Mitarbeiter Werkgruppe

2. TÄTIGKEITSBERICHT

2.8. Infrastrukturen & Events

Aufgaben und Aktivitäten

GST betreibt, unterhält und pflegt mit seiner Werkgruppe und Subunternehmern eine Reihe von touristischen Basisinfrastrukturen im Saanenland.

• Betrieb von Infrastrukturen

Winterwanderwege

Die 120 von GST gepflegten Winterwanderwege-Kilometer im Saanenland werden von Jahr zu Jahr vermehrt genutzt. Sie wurden in Zusammenarbeit mit verschiedenen Subunternehmern während 1'510 (Vorjahr 1'734) Stunden an sieben Tagen die Woche unterhalten. Die GST-Werkgruppe hat zwei Drittel dieses Aufwands geleistet. Das Team war während 1'020 (789) Stunden am Schneeräumen, Eispickeln und Sandstreuen.

Langlaufloipen

Die 52 von GST gepflegten Loipen-Kilometer (klassisch und skating) benötigten trotz des schneearmen Winters 870 (883) Stunden an Unterhalt. Dies verteilt auf die fünf Loipenmaschinen an den sechs verschiedenen Orten (Schönried-Saanenmöser, Gstaad bis Gsteig, Lauenen, Turbach, Flugplatz Saanen und Reusch). Die Loipen waren dank des Angebots in der Reusch an 87 (114) Tagen geöffnet. Kontrolliert wurden die Loipenpässe während 360 (493) Stunden. Dementsprechend wurden auch weniger Karten verkauft: 566 (614) Saisonpässe und 2'820 (3'569) Tageskarten.

Sportanlagen

Im April konnte beim Schulhaus Schönried der neue Beachvolleyballplatz eröffnet werden. Herzlichen Dank an die Schulbehörde für den Platz und an das Wellness- & Spa-Hotel Ermitage, welches wegen des Neubaus die Infrastrukturen gratis übergeben hat.

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 gestellt oder durch neue ersetzt. Für den Unterhalt wie Rasenmähen, Abfallentsorgen etc. wurden 1'136 Stunden (inkl. Neubau Saanen) aufgewendet.

Feuerstellen und Ruhebänke

Für die Sicherstellung der Sauberkeit und das Auffüllen mit Brennholz der 14 öffentlichen Feuerstellen und das Instandhalten der über 200 Ruhebänke wurden 1'224 (1'469) Arbeitsstunden aufgewendet. Leider werden einige Grillplätze unordentlich hinterlassen und stark beschädigt. Mit der Polizei wurde darum vereinbart, dass sie die Grillplätze vermehrt kontrolliert und Präsenz zeigt. Wir erhoffen uns dadurch weniger Vandalismus und Nachtlärm.

• Camping Saanen

Die Entleerstation für Chemie-WCs funktionierte schlecht, da der Ablauf zu klein war und im Winter zufror. Das neue, durch die Wegmeister erstellte, heizbare Räumchen unter der Treppe wurde mit einer WC-Schüssel aus Chromstahl ausgestattet. Es wird von den Campern sehr geschätzt.

Herausgegriffen

• Neuer Spielplatz Saanen

Wegen einem Wohnbau-Projekt musste der Spielplatz in Saanen verlegt werden. Dank dem grosszügigen Entgegenkommen der Saanen Bank konnte der neue Spielplatz im Bankgärtli erstellt werden. Alle Arbeiten wie Bodenplatten legen, neuen Zaun anfertigen und aufstellen, Betonieren der neuen Spielgerätefundamente, Zusammenbauen und Aufstellen der neuen Spielgeräte, Ansäen der Rasenfläche etc. wurden durch unsere Werkgruppe erledigt.



Markus Schwizgebel
Mitarbeiter Werkgruppe



Rolf von Siebenthal
Mitarbeiter Werkgruppe

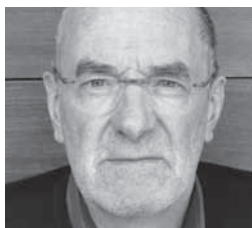


Die Pflege der 14
Feuerstellen und über
200 Ruhebänke nahm
im Berichtsjahr 1'224
Arbeitsstunden in
Anspruch.



Die Aufgabenpalette der IT-Mitarbeiter beschränkt sich nicht nur auf Computer-Arbeitsplätze.

Mitarbeiter (Stand 31.10.11)



Michel Matti
Bereichsleiter



Andrea Riggenbach
Leiterin Finanzen

2. TÄTIGKEITSBERICHT

2.9. Finanzen & Administration

Aufgaben und Aktivitäten

Der Bereich Finanzen und Administration nimmt folgende Aufgaben wahr:

- **Zahlungsverkehr und Rechnungswesen**

Die Abwicklung des GST-Zahlungsverkehrs sowie die Betriebs- und Finanzbuchhaltung sind die Kernaufgaben des Bereiches. Darüber hinaus werden aber auch Abrechnungen diverser Teilrechnungen und Mandate wahrgenommen, z.B. Welcome-Card-System, Gstaad easyaccess card, Event-Ticketing, Swiss Open AG. Einige Kennzahlen aus dem Finanz- und Rechnungswesen: 1'798 bezahlte Kreditorenrechnungen, 8'155 bearbeitete Debitorenrechnungen, 3'018 Rechnungen für Kurtaxenpauschalen sowie 1'482 Rechnungen für Tourismusförderungsgabe.

- **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, bearbeiten Kundenkontakte und akquirieren neue Welcome-Card-Inhaber.

- **Personaladministration**

GST beschäftigt 39 Mitarbeiter auf 35.8 Stellenprozente verteilt. Für Unterhaltsarbeiten an den Gäste-Infrastrukturen (Loipen, Winterwanderwege, Eisbahn etc.) sind im Winter zusätzlich 5 bis 6 Personen im Einsatz. Für all diese Mitarbeiter wird die ganze Administration und Lohnbuchhaltung in diesem Bereich selbst erledigt.

- **Informationstechnologie**

Gstaad Saanenland Tourismus, die Bergbahnen Destination Gstaad AG und der Verein Gstaad Mountain Rides betreiben gemeinsame Serveranlagen und ein integriertes Netzwerk mit mehr als 100 Arbeitsplätzen, 40 Druckern, 71 Ausstellen und mehr als 100 Netzgeräten. Die im Frühling 2010 in Betrieb genommene neue IT-Serveranlage läuft zur vollen Zufriedenheit. Über das ganze Geschäftsjahr wurden 3'265 Stunden für die IT aufgewendet, 23 % weniger als im Vorjahr. Dies erlaubte, einige Projekte zu verbessern (iPhone App, Winter-sportbericht, Webcams etc.) und zusätzliche aufzunehmen.

Herausgegriffen

- **Tourismusförderungsabgabe TFA**

Die TFA ist mit einem Ertrag von CHF 1'192'000 eine der wichtigsten Einnahmequellen, die zu 100 % für das Destinationsmarketing verwendet wird. In der Parahotellerie sind 625 Ferienwohnungen erfasst, die Einnahmen von total CHF 188'530 ergeben. Bei den Geschäften sind 1'686 Betriebe erfasst, die 3'750 Mitarbeiter deklarieren und CHF 1'003'470 bezahlen. Jedes Jahr müssen alle Betriebe angeschrieben werden, um im Deklarationsformular die Anzahl Mitarbeiter zu erfassen. Um diesen grossen Arbeitsaufwand zu vereinfachen, wird die Erfassung grösstenteils elektronisch abgewickelt.



Christine Eymann
Kurtaxen



Adrian Naegeli
Leiter Informatik Dienste



Simon Reuteler
Informatik Dienste
E-Marketing (Mandat)



Irma Oehrli
Reinigungsdienst

Lehrlinge

(Stand 31.10.11)



Sina Reinhard
3. Lehrjahr



Simona Rytz
3. Lehrjahr



Zoé Amiet
2. Lehrjahr



Fiona Würsten
2. Lehrjahr



Mara Milani
1. Lehrjahr



Lara Ziörjen
1. Lehrjahr



Im Juli hat Zoé Laporte ihr Marketing-Praktikum beendet. Lea Donizetti, Jasmin Beetschen und Pascal Bieri haben ihre Lehre erfolgreich abgeschlossen (von links).

2. TÄTIGKEITSBERICHT

2.10. Lehrlings-Ausbildung

Im Berichtsjahr wurden im GST sechs kaufmännische Lehrlinge, ein IT-Lehrling und eine Praktikantin aus- und weitergebildet. In den verschiedenen Abteilungen Direktreservation, Schalter, Marketing und Buchhaltung eignen sich die Lehrlinge während ihrer Ausbildungszeit ein fundiertes Fachwissen an.

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 kaum eine Schonfrist.

Herausgegriffen

Im Berichtsjahr wurden die neuen Lehrlinge erstmals während einer Woche im Hintergrund und nicht direkt an der Front ins Berufsleben eingeführt. Dies erleichterte ihnen den Einstieg.

2. TÄTIGKEITSBERICHT

2.11. Dorforganismen

Aufgaben und Aktivitäten

GST verfügt in jedem Dorf der Ferienregion Gstaad über Dorforganismen. Gemäss dem statutarischen Auftrag sind diese zuständig für den Ortsschmuck, die Stammgästepflege und lokale Veranstaltungen. Details sind in den Dorf-Geschäftsberichten zusammengefasst. Die Schwerpunkte im Überblick:

Gstaad

Die Sommersaison eröffnete der Mitglieder- und Stammgästepéro am 11. Juni 2011. Die Schuldenkrise und die Frankenstärke haben auch das Saanenland betroffen. Dank der Loyalität der Gäste steht Gstaad dem neuen Jahr positiv gegenüber. So ist es auch für die Einheimischen wichtig, mit gewohnter Qualität und Freundlichkeit weiter zu trumpfen. Innovationen sind gefragt, doch dies nachhaltig und mit Respekt gegenüber den Traditionen. Gewürdigt werden die Bemühungen, eine stärkere Auslastung in ruhigeren Zeiten zu generieren.

Saanen

Das Dorf ist nun vom Durchgangsverkehr befreit. Jetzt gilt es, die neue Situation zu analysieren und den neuen Begebenheiten anzupassen. Die rege Bautätigkeit ist für manches Geschäft eine Herausforderung. Der Vorstand der Dorforganismen und Saanen Aktiv versuchen, alle Möglichkeiten auszuschöpfen, um das Dorf attraktiv zu halten. Die Brocante war ein Highlight unter den Anlässen wie Saaner Proms, Märete, Oster- und Altjahrskonzerte, Saaner Abesitze, Samichlous, Weihnachtsmarkt und die vielen Anlässe sowie das Fest «100 Jahre Pferdezuchtgenossenschaft Obersimmental/Saanenland». Am Nationalfeiertag war Bundesrat Johann Schneider-Ammann der Redner am Anlass.

Schönried

Trotz geringem Schnee konnten die meisten Winteraktivitäten angeboten werden. Problematisch gestaltete sich die Präparation des Promenadenweges und der Langlaufloipen. Die top präparierte Eisbahn wurde rege benutzt. Der Fondueweg ist weiter auf dem Vormarsch. Sehr geschätzt wurde, dass das Rellerli im Herbst so lange geöffnet hatte. Am Horneggli fand der Migros Grand-Prix statt. Im Anschluss an das «SIE und ER»-Rennen offerierte der Dorfverein einen Gäste-Apéro. Der Curlingclub organisierte Turniere. Nicht zu toppen war das Volksfest «Suufsunntig» auf dem Rittmal-Rellerli. Eine buntgemischte Schar genoss den 1.-August-Abend.

Saanenmöser

Die Daten der Schiesstage wurden optimiert und die Nutzer des Panoramawegs besser informiert. Dennoch sind Lärmemissionen und die Weg-Sperrung weiter ein Problem. Dank guter Gespräche ist man hier jedoch im Sommer einen Schritt weiter gekommen. Wegen Regenwetters im Juli wurde anstelle des «Dorf-Brätle» ein Käsefondue in einem Stall angeboten. Auf dem Dorfspiel-





platz wurde eine Ballspielwand neu installiert. Am 1. August fand der Dorfmarkt regen Zuspruch. Das Verkehrshaus Luzern hat sein Interesse am alten Funi bekundet. Am 30. August gab es den Alpabzug vom Hornberg. Mitte Dezember wurde das Hotel «Des Alpes» eröffnet.

Turbach

Für das Winterwandern und die Langlaufpisten hat es zum richtigen Zeitpunkt geschneit, was zahlreiche Gäste ins Tal lockte. Der Samichlaus lockte wieder viele Kinder zum Restaurant Sunne-Stübli. Peter Ogi zeigte Bilder von der Natur und den Punktierungen im Saanenland. Die 1.-August-Feier war gut besucht. Die Wirtschaftliche Genossenschaft Turbach baut am alten Standort ein neues Ladengebäude mit Wohnung und gleich nebenan ein Mehrfamilienhaus. Beim Fest «75 Jahre Viehzuchtverein» erlebte das Dorf einen Besucherrekord.

Lauenen

Der letzte Winter war relativ kurz und intensiv. Es konnten den Umständen entsprechend gute Pisten und Loipen angeboten werden. Der Gästeapéro fand beim Alpenland statt. Schon früh im April durfte das Vieh auf die Weide und der Wanderer auf die Wege. Die späteren Öffnungszeiten der Wispile-Bergbahn bescherten einen Mehraufwand bei der Information der Wanderer. Die grossartige Mithilfe der Vereine, der Marktfahrer, der Musiker und Sänger hat zum Gelingen bei der 1.-August-Feier beigetragen. Lauenen versucht, ein neues Stammgäste-Register aufzubauen.

Gsteig/Feutersoey

Das Jahr war geprägt von Gesprächen, von der Umsetzung neuer Ideen und der Stärkung der Tätigkeiten der Dorfformation. Die Steigerung der Übernachtungsfrequenzen im Touristenlager «altes Schulhaus» konnte nicht erreicht werden. Der verstärkte Einsatz für die Gondelbahn Gstaad-Wispile führte zu einer Informationsveranstaltung am 16. August 2011. Die Entscheidung der BDG AG, die Bahn bis zum 7. März 2012 durchgehend zu betreiben, wurde begrüsst. Im Juni fand eine Dorfführung für Hotel- und GST-Mitarbeiter statt. An zwei Abendveranstaltungen konnten Gewerbetreibende ihre Betriebe vorstellen. Zu den weiteren Anlässen im Dorf zählten unter anderem der Gsteig-Märet, «so tönts in Gsteig» und ein Platzkonzert. Die Vorbereitungen für das Doppeljubiläum «700 Jahre Gsteig und 100 Jahre Tourismus Gsteig» laufen.

Abländschen

Im Frühling fand nochmals eine Begehung betreffend Wanderweg Abländschen–Jaun statt – leider mit einer Totalabsage seitens der verschiedenen Amtsstellen. Des Weiteren wurde die Planung des Wanderwegs neben der Kantonsstrasse in Aussicht gestellt, es wurde inzwischen jedoch still um das Projekt. Der Wanderweg Börtli–Stägelhalte wurde aufgehoben. Die kleine, aber feine 1.-August-Feier fand wieder im Ledigraben statt.

3. JAHRESRECHNUNG 2010/11



3.1. Bilanz

	Bilanz 01.11.10		Bilanz 31.10.11	
AKTIVEN	7'006'173	100%	6'571'394	100%
UMLAUFVERMÖGEN	1'323'566	18.9%	1'018'785	15.5%
Flüssige Mittel	144'544	2.1%	36'695	0.6%
Forderungen	1'050'637	15.0%	873'216	13.3%
Warenvorräte	75'295	1.1%	67'724	1.0%
Aktive Rechnungsabgrenzung	53'090	0.8%	41'150	0.6%
ANLAGEVERMÖGEN	5'682'607	81.1%	5'552'609	84.5%
Finanzanlagen	20'100	0.3%	20'100	0.3%
Mobile Sachanlagen	76'002	1.1%	55'004	0.8%
Fahrzeuge	8'500	0.1%	10'500	0.2%
Immobilien Haus des Gastes	3'550'000	50.7%	3'450'000	52.5%
Übrige Immobilien	2'028'005	28.9%	2'017'005	30.7%
PASSIVEN	7'006'173	100%	6'571'394	100%
KURZFRISTIGES FREMDKAPITAL	2'496'678	35.6%	2'052'167	31.2%
Kurzfristiges Fremdkapital	1'884'565	26.9%	1'502'777	22.9%
Passive Rechnungsabgrenzung	612'113	8.7%	549'390	8.4%
LANGFRISTIGES FREMDKAPITAL	3'394'350	48.4%	3'391'650	51.6%
Darlehen öffentliche Hand	515'000	7.4%	500'000	7.6%
Hypotheken / Bankkredite	2'567'000	36.6%	2'567'000	39.1%
Rückstellungen langfristig	312'350	4.5%	324'650	4.9%
EIGENKAPITAL	1'102'256	15.7%	1'114'019	17.0%
Vereinsvermögen	910'513	13.0%	923'403	14.1%
Kontokorrent Dorforganisationen	191'743	2.7%	190'616	2.9%
GEWINN	12'889	0.2%	13'558	0.2%

3.

JAHRESRECHNUNG 2010/11

3.2. Erfolgsrechnung

	Rechnung 2008/09	Rechnung 2009/10	Rechnung 2010/11
BETRIEBSERTRAG	10'863'443	10'576'911	10'162'569
Ticket- und Warenverkauf	1'954'430	1'794'697	1'650'937
Kurtaxen netto	2'586'571	2'570'209	2'552'478
Marketingleistungen	82'403	66'985	32'388
Gemeinden & Kanton Bern	1'167'532	1'125'791	1'113'343
Tourismusförderungsabgabe	1'273'599	1'296'454	1'286'452
Direktreservation	1'993'204	1'917'053	1'764'617
Übrige Dienstleistungen	404'232	355'642	301'937
Liegenschaften	369'241	380'311	393'090
Welcome- & easyaccess cards	837'182	869'573	862'540
Dorfgenerationen	195'049	200'196	204'787
SACHAUFWAND BETRIEB	6'456'716	6'377'839	6'120'686
Ticket- und Warenaufwand	1'762'817	1'619'810	1'477'732
Gäste Information und Animation	145'509	134'722	148'841
Touristische Infrastrukturen	355'904	312'988	276'703
Marketing und Projekte	1'359'826	1'503'198	1'566'765
Direktreservation	1'800'429	1'737'352	1'583'317
Welcome- & easyaccess cards	837'182	869'573	862'541
Dorfgenerationen	195'049	200'196	204'787
BRUTTOERGEBNIS 1	4'406'727	4'199'072	4'041'883
MITARBEITERAUFWAND	2'954'148	2'829'955	2'727'821
BRUTTOERGEBNIS 2	1'452'579	1'369'117	1'314'062
SONSTIGER BETRIEBSAUFWAND	1'255'200	1'187'789	1'115'797
Raum-, IT- & Administrativaufwand	842'487	872'581	836'822
Liegenschaftsaufwand	412'713	315'208	278'975
BETRIEBSERGEBNIS EBITDA	197'379	181'328	198'265
FINANZERFOLG	196'666	168'439	184'707
Finanz-, Zins- & Leasingaufwand	44'401	79'991	129'811
Abschreibungen auf Sachanlagen	123'856	95'170	70'216
Neutraler Erfolg	28'409	-6'722	-15'320
UNTERNEHMENSGEWINN	713	12'889	13'558
CASH FLOW	367'598	280'059	206'240

3.
JAHRESRECHNUNG 2010/11

3.3. Detail öffentlich-rechtliche Erträge

	Rechnung 2008/09	Rechnung 2009/10	Rechnung 2010/11
KURTAXEN NETTO	2'586'571	2'570'209	2'552'478
ERTRAG KURTAXEN BRUTTO	2'715'780	2'698'720	2'680'102
Ertrag Kurtaxen HOTEL	1'022'128	958'275	879'790
Ertrag Krtx Gruppen / Camping	107'615	122'881	136'806
Ertrag Kurtaxenpauschalen	1'586'037	1'617'564	1'663'506
./. Anteil Kurtaxen easyaccess	-129'209	-128'511	-127'624
GEMEINDEN & KANTON BERN	1'167'532	1'125'791	1'113'343
Gemeindebeitrag Saanen	750'000	750'000	750'000
Gemeindebeitrag Lauenen	40'000	40'000	40'000
Gemeindebeitrag Gsteig	30'000	30'000	30'000
Gemeindebeitrag Zweisimmen	60'000	60'000	60'000
Kt. Bern Beherbergungsabgabe	287'532	245'791	233'343
TOURISMUSFÖRDERUNGSABGABE	1'273'599	1'296'454	1'286'452
Auswärtige Geschäftsbeiträge	29'741	29'841	27'485
TFA Saanen / Lauenen / Gsteig	936'858	959'613	951'967
TFA Beitrag Hotelierverein	240'000	240'000	240'000
TFA Zweisimmen	67'000	67'000	67'000

3.

JAHRESRECHNUNG 2010/11

3.4. Kostenstellenrechnung (Kurtaxen – Tourismusförderung – Gemeindebeitragsrechnung)

	Total	Gästeberatung Ticketing	Events (inkl. Beiträge)	Infrastrukturen
BETRIEBSERTRÄGE NETTO				
Nettoergebnis Warenverkauf	32'421	32'421	-	-
Dienstleistungserträge	436'632	121'197	21'747	89'029
Kommissionsertrag Direktreservation	181'299	-	-	-
Umteilung Gemeink. Erträge	-	12'865	8'629	35'328
Total Betriebserträge vor Kurtaxen und Gemeindebeiträgen	650'353	166'483	30'376	124'357
BETRIEBSAUFWAND NETTO				
Mitarbeiteraufwand	2'727'821	634'515	37'318	290'945
Sachkosten, Büro- & Kommunikationsaufwand	2'513'171	234'290	352'587	387'453
Nettoergebnis Liegenschaften	147'665	190'154	20'163	34'597
Abschreibungen, Zinsaufwand und Neutraler Erfolg	200'410	45'762	23'738	31'181
Gemeinkostenanteil Finanzen und Administration	-	104'777	41'144	70'581
Total Betriebsaufwand	5'589'067	1'209'499	474'951	814'757
Durch zweckbestimmte Beiträge zu deckender Betriebsaufwand (Kurtaxen, TFA und Gemeinde)	4'938'714	1'043'015	444'575	690'401
Kurtaxenerträge	2'552'478			
./. Durch Kurtaxen zu deckender Betriebsaufwand (Information und Reservation 60%)	-2'491'118			
Überdeckung Kurtaxen (Kurtaxenbenefit)	61'360			
Verwendung zweckbestimmte Beiträge (TFA und Gemeinde)				
Erträge Tourismusförderungsabgabe (TFA)	1'286'452			
Gemeindebeitrag Marketing	500'000			
Kantonsbeitrag Marketing	233'343			
./. 40% Anteil von Information / Reservation	-208'751			
./. Aufwände Marketing und PR / externe Projekte	-2'238'845			
Unterdeckung Marketing und Verkauf	-427'802			
Gemeindebeiträge nicht zweckbestimmt	380'000			
./. Überdeckung Kurtaxen (Kurtaxenbenefit)	61'360			
./. Unterdeckung Marketing und Verkauf	-427'802			
UNTERNEHMENSGEWINN	13'558			

	Info Center Reservation	Marketing / PR	Destinations- management Projekte	Gemeinkosten: GL / IT / Finanzen Administration
	-	-	-	-
	-	112'409	-	92'251
	181'299	-	-	-
	-	35'429	-	-92'251
	181'299	147'838	-	-
	431'378	619'513	100'081	614'070
	104'788	1'260'938	12'913	160'202
	81'922	80'653	20'163	-279'988
	24'173	83'802	1'864	-10'111
	60'915	193'948	12'806	-484'172
	703'177	2'238'855	147'828	-
	521'878	2'091'018	147'828	-

60 %	40 %
------	------

3.5. Abschreibungstabelle

	Bilanzwert 01.11.2010	Zuwachs 10/11	Wert per 31.10.2011	Abschreibungen per 31.10.2011	in %	Bilanzwert 01.11.2011
ANLAGEVERMÖGEN	5'682'607	62'684	5'745'291	192'682	3.4%	5'552'609
WERTSCHRIFTEN	20'100	-	20'100	-	0.0%	20'100
MOBILE Sachanlagen	76'002	37'218	113'220	58'216	51.4%	55'004
Büromobilien	5'000	5'531	10'531	5'531	52.5%	5'000
EDV Anlagen	70'000	31'687	101'687	51'687	50.8%	50'000
Büromaschinen	500	-	500	499	99.8%	1
Maschinen	1	-	1	-	0.0%	1
Werkzeug	1	-	1	-	0.0%	1
Mobilien Whg S'möser	500	-	500	499	99.8%	1
FAHRZEUGE	8'500	14'000	22'500	12'000	53.3%	10'500
Fahrzeuge	1'000	-	1'000	500	50.0%	500
Werkfahrzeuge	7'500	14'000	21'500	11'500	53.5%	10'000
IMMOBILIEN SACHANLAGEN	5'578'005	11'466	5'589'471	122'466	2.2%	5'467'005
Immob. Haus des Gastes	5'000'000	-	5'000'000	100'000	2.8%	4'900'000
Immobilien Beitrag öff. Hand	-1'450'000	-	-1'450'000	-	0.0%	-1'450'000
Lagerraum Rotli Gstaad	250'000	-	250'000	-	0.0%	250'000
Spiel- + Sportanlagen Gstaad/Saanen	40'000	-	40'000	-	0.0%	40'000
Campingplatz Saanen	1'128'000	11'466	1'139'466	22'466	2.0%	1'117'000
Tennisplatz Saanen	5	-	5	-	0.0%	5
Garagenplatz Schönried	30'000	-	30'000	-	0.0%	30'000
Tennisplatz Schönried	40'000	-	40'000	-	0.0%	40'000
Stwe Chalet Birke Saanenmöser	540'000	-	540'000	-	0.0%	540'000
Total Abschreibungen				192'682	3.4%	

3.6. Bericht der Revisionsstelle



ribo treuhand ag
gstaad

Gstaad Saanenland Tourismus
Geschäftsprüfungskommission
z. H. Präsident David Matti
Promenade 41
3780 Gstaad

Gstaad, 23. Januar 2012/JH

Bericht der Revisionsstelle zur Eingeschränkten Revision für die Rechnung 2010/2011

Sehr geehrte Damen und Herren

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz und Erfolgsrechnung) des Vereins Gstaad Saanenland Tourismus für das am 31. Oktober 2011 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

3.7. Bericht der Geschäftsprüfungskommission

Die Geschäftsprüfungskommission traf sich im Geschäftsjahr 2010/2011 zu drei Sitzungen. Den Mitgliedern der Geschäftsprüfungskommission standen als Arbeitsunterlagen die Sitzungsprotokolle des GST-Vorstandes, die Vorstands-Informationspapiere der Geschäftsleitung, die Controllingberichte der T & R AG, die Budgets, die Geschäftsabschlüsse sowie der Revisorenbericht der RIBO Treuhand AG zur Verfügung. An den GPK-Sitzungen nahmen neben den GPK-Mitgliedern der Vertreter des Vorstandes Andreas Hurni sowie die jeweils amtierenden Direktoren, Roger Seifritz resp. Martin Bachofner, teil.

Gestützt auf Art. 18 der GST-Statuten hat die GPK die statutengemässe Vereinsführung, die Umsetzung der Beschlüsse sowie die Jahresrechnung mit Bilanz zu prüfen und 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 Überprüfungs-tätigkeit sowie aufgrund der vollumfänglich ein-sehbaren Unterlagen, dass insbesondere die Ent-scheidungsprozesse, Beschlussfassungsvorgänge, Kompetenzregelungen und -ausübungen sowie die Geschäftstätigkeiten im Geschäftsjahr 2010/2011 den GST-Statuten entsprochen haben.

2. Umsetzung der Beschlüsse

Die GPK bestätigt, dass im Geschäftsjahr 2010/2011 die Umsetzung der Beschlüsse innerhalb GST von den verantwortlichen Instanzen termin-, ziel- und fachgerecht erfolgt ist oder – wo eine Umsetzung nicht direkt möglich war – an die Hand genommen wurde.

3. Jahresrechnung und Bilanz

Das Geschäftsjahr 2010/2011 war wie bereits im Vorjahr geprägt von einem schwierigen Winter (viel Sonne, aber wenig Schnee) und über das ganze Ge-schäftsjahr von einem für den Tourismus nicht för-derlichen, schwachen Eurokurs. Die GPK stellt mit

Genugtuung fest, dass das Geschäftsjahr 2010/2011 – trotz den hievor erwähnten äusseren Einflüssen und Entwicklungen – mit einem ausgeglichenen Ergebnis mit nur geringen Abweichungen zum Budget abge-schlossen werden konnte.

Sowohl die Controlling-Berichte der T & R AG als auch der Revisionsbericht der RIBO Treuhand AG stellen GST im Bereich ihrer jeweiligen Prüfungs-verantwortung ein gutes Zeugnis aus.

Neben dem Alltagsgeschäft war im vergangenen Jahr der Übergang vom abtretenden Direktor Roger Seif-ritz zum neuen Direktor Martin Bachofner eine der grössten Herausforderungen. Mit Genugtuung hat die GPK festgestellt, dass dieser Übergangsprozess erfolgreich umgesetzt und damit die Grundlage für ein nachhaltiges Wirken von Martin Bachofner ge-legt werden konnte. Neben den beiden Direktoren ist in diesem Zusammenhang sicherlich auch den übrigen Mitgliedern der Geschäftsleitung ein spezieller Dank auszusprechen, welche unter anderem durch ihre tatkräftige Mithilfe für Kontinuität und einen reibungslosen Wissenstransfer gesorgt haben. Mit dem nun neu formierten Team ist GST gut gerüstet, um mit vollem Einsatz an die Bewältigung der kurz-, mittel- und langfristig anstehenden Herausforderun-gen heranzugehen.

Abschliessend dankt die GPK dem Vorstand, der Geschäftsleitung und allen Mitarbeitenden für ihren grossen Einsatz im Geschäftsjahr 2010/2011.

09. Februar 2012

David Matti, Präsident

4. PROTOKOLL DER 18. ORDENTLICHEN HAUPTVERSAMMLUNG 2011

Hauptversammlung 2011 im Hotel Landhaus Saanen

Datum: 15. März 2011, Hotel Landhaus Saanen,
20.05 bis 21.10 Uhr

Anwesende Vorstandsmitglieder:

Andreas Hurni (Präsident), Andrea Scherz (Vizepräsident),
Christoph Ringier, Andrea Sprenger-von Siebenthal, Jürg
Schwenter, Eric Oehrli, Emanuel Raaflaub

Der Geschäftsbericht 2009/10 und die Statuten liegen an
der Versammlung auf.

Anwesende Mitglieder gemäss Präsenzliste: 124

Gesamtzahl Anwesende: 145

Entschuldigungen: Nationalrat Erich von Siebenthal, Ge-
meinderatspräsident Aldo Kropf (Saanen), Walter Egger
(ehemaliger Präsident) und diverse Privatpersonen

1. Begrüssung

Präsident Andreas Hurni freut sich über das zahlreiche Erscheinen und begrüsst die Vertreter aus Politik, Presse und Dorfgemeinschaften, die Präsidenten des Hotelierversand und des Gewerbevereins, die anwesenden Ehrengäste, die Welcome Card-Inhaber, die Vereinsmitglieder und die anwesenden Gäste, speziell erwähnt werden Adrian Studer (beco, Volkswirtschaftsdirektion Kt. Bern) und Sonja Hasler (Schweizer Fernsehen).

Andreas Hurni stellt fest, dass die Versammlung gemäss den in den Statuten festgelegten Regeln einberufen wurde. Es wurden vorgängig keine Traktandenwünsche eingereicht. Als Stimmzähler werden Leonie Müller, Saanen, und Arnold Hauswirth, Gstaad, gewählt.

In seinem einleitenden Kurzreferat erwähnt Andreas Hurni die wichtigsten Themen, welche GST beschäftigen; diverse Herausforderungen im operativen Ge-

schäft, die Umsetzung des neuen Leitbildes, die Finanzierungsprobleme im Bereich Marketing und der Austritt des Direktors Roger Seifritz. Er verweist an dieser Stelle auf die anschliessende Podiumsdiskussion mit dem scheidenden Tourismuskonzeptionsdirektor Roger Seifritz und seinem Nachfolger, Martin Bachofner, moderiert durch Sonja Hasler SF.

Ein Schwerpunktthema bildet die Umsetzung des durch die Hauptversammlung 2010 genehmigten neuen Leitbildes. In einer Arbeitsgruppe mit dem Hotelierversand und den Bergbahnen wurde im Berichtsjahr ein Visionsprozess angestossen, «Gstaad 2020plus – Auf dem Weg zu mehr Nachhaltigkeit». Die bisherigen Ergebnisse dieses Prozesses wurden diversen Partnerorganisationen und den Gemeinden vorgestellt. 2011 soll zusammen mit Vertretern dieser Partner der Visionsprozess weiter verfolgt werden mit dem Ziel, zu einem gemeinsam getragenen Konzept für die weitere Entwicklung der Destination zu kommen. GST übernimmt die Koordination.

2. Protokoll der 17. ordentlichen Hauptversammlung vom 16. März 2010

Das im Geschäftsbericht veröffentlichte Protokoll wird einstimmig genehmigt.

3. Jahresbericht und Jahresrechnung

3.1 Jahresbericht 2009/10

Direktor Roger Seifritz leitet seinen Jahresbericht mit Hinweisen zur touristischen Lage der Destination im Berichtsjahr ein:

- Die sich beruhigende Wirtschaftslage und die zunehmende Franken-Stärke hielten sich 2009/2010 die

Waage. Der sehr starke Franken bereitet GST allerdings zunehmend Sorgen, da 40% der Ankünfte der Destination aus dem Euro-, Dollar- und Pfundraum stammen. Insgesamt war das Berichtsjahr ein durchschnittliches Tourismusjahr.

- Bei den Übernachtungen ist gegenüber dem Vorjahr eine leichte Zunahme von 0.3% zu verzeichnen mit ungleicher Verteilung zwischen dem Winter- und Sommerhalbjahr

- Bei den Hotels brachte der Sommer eine überdurchschnittliche Abnahme von 7.5%, die auf die Renovation des Grand Hotel Park und die Schliessung des Hotel Rütli zurückzuführen ist.

- Die Ferienwohnungen stabilisierten die Situation mit einer Übernachtungszunahme von 2.3%.

Roger Seifritz skizziert in der Folge pro Geschäftsbereich von GST einzelne Themenfelder:

- Der Bereich Infrastrukturen erfüllt umfassende Aufgaben, die physisch durch die fünf GST-Workgruppen-Mitarbeiter sowie mehrere Subunternehmen wahrgenommen werden. Am in der öffentlichen Wahrnehmung eher unbekanntes Beispiel des Grillplätze-Unterhalts skizziert er die Aufgabenbreite. Für Holzversorgung, Abfallentsorgung, Pflege und Unterhalt der 14 Grillstellen wurden 2009/10 CHF 87'405.00 ausgegeben und über ein halbes Mannjahr Arbeitszeit investiert. Vermehrt macht uns Vandalismus zu schaffen.

- Bei der Direktreservation wird ein bedeutender Rückgang der Hotelreservierungen festgestellt. Gäste informieren sich bei GST und buchen vermehrt internationale Online-Buchungsplattformen wie Booking.com. Die Konsequenzen für GST sind ein gleichbleibender Beratungsaufwand und sinkende Reservationserträge. Genau umgekehrt sieht die Situation bei den Ferienwohnungsbuchungen aus. Der kontinuierliche Umsatz-Zuwachs bei abnehmender Anzahl vermietbarer Ferienwohnungen deutet auf eine bessere Auslastung hin.

- Die verschiedenen Tourismusbüros der Region begrüßten im Berichtsjahr ca. 100'000 Schalterkunden. Im Tourismusbüro Gstaad zeichnet sich eine Abnahme ab, dies ist zurückzuführen auf das mehrtägige Jodlerfest, welches im Vorjahr sehr viele Gäste generiert hat. Im Ticketverkauf wurde eine Umsatzminimierung von 6.62 auf 6.21 Millionen

CHF verzeichnet. Das Tourismusbüro Schönried wird seit September 2010 im Mandat durch MOB betreut. Tiefe Gästefrequenzen führten zu einer erhöhten Mitarbeiterfluktuation. Das Büro wird nur noch in der Sommer-Hochsaison und in der Altjahreswoche durch einen GST-Mitarbeiter besetzt.

- Der Bereich PR / Medien entwickelte sich weiterhin sehr gut. Im Berichtsjahr konnten mit eigenen Massnahmen via Medien mit Beiträgen zum touristischen Produkt mehr als 376 Millionen Leser erreicht werden, v.a. in den für die Region wichtigsten Ländern CH, D, F und UK. Wenn man die entsprechenden Flächen in Medien hätte kaufen müssen, würden die Kosten dafür allein über CHF 1.8 Mio. betragen. PR ist damit ein effizientes Kommunikationsmittel.

- Der Bereich Marketing verursacht GST zunehmend Sorgen. In den 3 Teilaufgabenbereichen und 22 Detailaufgaben stehen zu wenig Ressourcen zur Verfügung, um mit den Marktanforderungen Schritt zu halten. Seifritz skizziert am zentralen Bereich E-Marketing die Herausforderungen. Der Aufwand hat sich in diesem Bereich seit 2000 verachtfacht. Trotzdem ist GST gerade hier nicht auf dem erforderlichen Stand. 81% der finanziellen Mittel sind heute bereits Anfang Jahr fix gebunden (Basismarketing). Es besteht kein Spielraum zur wirkungsvollen Bearbeitung der Schlüsselmärkte CH, F, D und UK (ca. CHF 300'000.- / Jahr). Die Bearbeitung weiterer Märkte ist sowieso illusorisch. Insbesondere die Beiträge an Veranstaltungen, das Business-Modell von Schweiz Tourismus und das E-Marketing verursachen immer höhere Ausgaben. Um diesen Herausforderungen gerecht zu werden, muss die finanzielle Basis durch eigene Massnahmen (Einsparungen), das Engagement des Kantons, Gemeindebeiträge sowie die Tourismusförderungsabgabe verbessert werden. GST hat diesbezüglich bereits ein Konzept bei der Gemeinde Saanen deponiert.

3.2 Jahresrechnung 2009/10

Im abgeschlossenen Geschäftsjahr sind die Erträge von GST um 3% gesunken. Grund dafür sind zum einen geringere Kurtaxen-Erträge, zum anderen aber auch sinkende Kommissionserträge durch den wohl auch künftig anhaltenden Trend hin zur Online-Buchung über internationale Internet-Portale. «Trotz-

dem haben wir das Geschäft im Griff», betonte Roger Seifritz. Die erwirtschaftete «schwarze Null» kam deshalb zustande, weil parallel zu den Ertragseinbusen dafür gesorgt wurde, dass der Betriebsaufwand sank. Allein die Personalkosten wurden um CHF 120'000 reduziert, indem frei werdende Stellen nicht neu besetzt wurden.

Das erklärte Ziel, so viel Cash Flow zu generieren, dass die eigenen Betriebsmittel regelmässig erneuert werden können, hat GST 2009/10 zwar erreicht. Für darüber hinausgehende Wünsche besteht allerdings kein Spielraum. Zudem ist zu beachten, dass die Cash Flow-Werte nicht unter die kritische Linie von ca. 300'000.- CHF pro Jahr sinken.

3.3 Bericht Geschäftsprüfungskommission GPK

Der Präsident der GPK, David Matti, hält fest, dass das Geschäftsjahr 2009/10 aus Sicht der GPK normal und statutenkonform verlaufen ist und dass Martin Bachofner eine gesunde Organisation übernehmen darf. David Matti appelliert an alle Anwesenden, mehr Wirkung gegen Aussen zu erzielen und bittet um Unterstützung für Martin Bachofner.

Es werden keine Fragen zu Jahresbericht, Jahresrechnung oder Bericht der GPK gestellt.

4. Genehmigung von Jahresbericht, Jahresrechnung, Bericht Geschäftsprüfungskommission GPK

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

5. Entlastung des Vorstands und der GPK

Die Versammlung entlastet den Vorstand und die GPK ohne Gegenstimme. Andreas Hurni bedankt sich für das entgegengebrachte Vertrauen.

6. Wahlen

6.1 Bestätigungswahlen Vorstand

Der Präsident Andreas Hurni, Gstaad, und das Mitglied Jürg Schwenter, Schönried, werden einstimmig für eine weitere Amtsperiode von 2011 bis 2014 bestätigt. Andreas Hurni gratuliert Jürg Schwenter und bedankt sich herzlich für das entgegengebrachte Vertrauen.

6.2 Ersatz- und Neuwahlen Vorstand

Nach 3 Amtsperioden folgt gemäss Statuten der obligatorische Rücktritt von Andrea Sprenger-von Siebenthal, Saanenmöser. Antrag auf eine Neuwahl von 3 Vorstandsmitgliedern. Die Kandidaten für die Neuwahl in den Vorstand stellen sich kurz vor: Hans Ueli Brand, Feutersoey, Christiane Matti, Gstaad sowie Günter Weilguni, Saanen. Alle 3 Kandidaten betonen die Freude an der aktiven Mitgestaltung der Zukunft der Region. Sie werden pauschal und einstimmig als neue Vorstandsmitglieder gewählt. Andreas Hurni gratuliert den neuen Mitgliedern.

6.3 Bestätigungswahl Geschäftsprüfungskommission GPK

Andreas Hurni gibt den Rücktritt von Kurt Beetschen, Gemeinderat und Vertreter der Gemeinde Gsteig, aus der Geschäftsprüfungskommission bekannt. Der Präsident bedauert den Entscheid, zeigt aber Verständnis. Die Gemeinde Gsteig hat eine Ersatzwahl beantragt und schlägt die Gemeinderätin Therese Aeschbacher, Gsteig, vor. Sie wird einstimmig als neues Mitglied der Geschäftsprüfungskommission bestätigt.

7. Verschiedenes

7.1 Verabschiedung Andrea Sprenger-von Siebenthal und Kurt Beetschen

GST-Präsident Andreas Hurni verabschiedet Vorstandsmitglied Andrea Sprenger-von Siebenthal sowie das Geschäftsprüfungskommissionsmitglied Kurt Beetschen. Andreas Hurni dankt ihnen für ihre engagierte Mitarbeit im Vorstand, in der Geschäftsprüfungskommission und in diversen Arbeitsgruppen. Andrea Sprenger-von Siebenthal erhält einen Schlitten und einen Blumenstraus als Abschiedspräsent. Dem nicht anwesenden Kurt Beetschen wird zu einem späteren Zeitpunkt eine Flasche Wein überreicht.

7.2 Fragen und Bemerkungen von Mitgliedern

Niki Rommel, Gstaad, möchte wissen, wie viele Mitglieder GST hat und wie viel flüssige Mittel durch eine Erhöhung der Mitgliederbeiträge erwirtschaftet werden könnten. Roger Seifritz antwortet, dass es zur Zeit 1'483 Mitglieder sind. Eine Beitragserhöhung würde die Mittel von GST nicht wesentlich erhöhen.

Man würde durch diese Massnahme zudem wieder einmal nur diejenigen treffen, die sich freiwillig sowieso schon engagierten. Er erachtet einen Weg über Steuern und TFA zielführender.

Peter Kübli, Ehrenpräsident von GST, würdigt in seiner Ansprache die Verdienste von Roger Seifritz. Er habe GST von 1998–2011 massgeblich geprägt, verändert und in die richtige Richtung geleitet. Peter Kübli spricht ein grosses Kompliment an die Arbeit des scheidenden Direktors aus, die GST zu dem gemacht hat, was es heute ist, eine «Informationsfabrik» auf hohem Niveau. Er gratuliert zudem Martin Bachofner zur Wahl und wünscht ihm viel Erfolg als neuer Direktor.

Hans Schär, Gemeinderat Saanen, dankt dem Vorstand im Namen des Gemeinderates. Einen speziellen Dank spricht er Roger Seifritz und seinem Nachfolger aus.

Adrian Studer, Vertreter der Berner Kantonsverwaltung, betont, dass der Revisionsvorschlag des kantonalen Tourismusentwicklungsgesetzes (TEG) in der Vernehmlassung gut aufgenommen wurde. Es wird, sofern im Herbst 2011 durch den Grossen Rat angenommen, höhere Beiträge für die Tourismusdestinationen und eine gewisse Entlastung von Basisaufgaben bringen. Er bezeichnet Roger als Pionier im Tourismusmarketing, übergibt ihm ein Buch mit Berner Pioniertaten und dankt ihm zugleich herzlich für seine Arbeit. Roger Seifritz und Martin Bachofner erhalten zudem je eine Flasche Berner Staatswein AOC. Adrian Studer freut sich auf die kommende Zusammenarbeit mit Martin Bachofner.

Bethli Küng, Grossrätin, Saanen, bedankt sich im Namen der Tourismusgruppe des grossen Rates herzlich bei Roger Seifritz für seine Aktivitäten innerhalb der Grossratsgruppe.

7.3 Danksagungen

Präsident Andreas Hurni dankt dem Vorstand, speziell für die engagierte Mitarbeit während den Neuwahlen des Direktors, der Geschäftsleitung von GST für die Weitergabe von wertvollem Fachwissen an den neuen

Direktor Martin Bachofner, allen Mitarbeitern und allen Anwesenden. Er bedauert den Rücktritt von Roger Seifritz, dankt ihm herzlich für seine Arbeit der letzten 13 Jahren und wünscht ihm auf seinem weiteren Weg nur das Beste. Dem designierten Direktor Martin Bachofner wünscht er viel Erfolg in seinem neuen Tätigkeitsbereich und er freut sich auf die gemeinsame Arbeit.

Die nächste Hauptversammlung findet am Dienstag, 20. März 2012, statt.

Um 21.10 Uhr beendet Andreas Hurni den offiziellen Teil der Hauptversammlung und bedankt sich bei den Referenten.

Im Anschluss an die Versammlung folgt eine Podiumsdiskussion mit dem scheidenden Direktor Roger Seifritz und seinem Nachfolger Martin Bachofner, hervorragend moderiert durch Sonja Hasler. Nach der lebhaften Diskussion bedankt sich der scheidende Direktor Roger Seifritz bei seinen Mitarbeitern, dem Vorstand und den Mitgliedern für die Unterstützung. Als Geschenk darf er einen Gutschein für einen Rundflug «Tour de Suisse» sowie einen Übernachtungsgutschein für ihn und seine Frau im noch nicht eröffneten Hotel Alpina in Gstaad entgegennehmen. Zum Schluss lädt Andreas Hurni zum gemeinsamen Apéro ein.



Andreas Hurni, Präsident



Andreas Zoppas, Protokollführer





5. GESCHÄFTSFÜHRUNGS- UND VERWALTUNGSORGANE (Stichtag 31. Oktober 2011)

Vorstand Gstaad Saanenland Tourismus

(In Klammern Eintrittsjahr)

Andreas Hurni (2008), Präsident ab 1.1.2009
Andrea Scherz (2004), Vizepräsident
Eric Oehrli (2004)
Emanuel Raaflaub (2006)
Christoph Ringier (2007)
Jürg Schwenter (2008)
Christiane Matti (2011)
Hansueli Brand (2011)
Günter Weilguni (2011)

Direktor

Martin Bachofner (2011)

Geschäftsprüfungskommission

David Matti, Präsident (2007)
Kurt Gyger (2005)
Hansueli Hauswirth (2007)
Walter Heer (2009)
Therese Aeschbacher (2011)

Dorfvorstände

Gstaad

Michel Brand, Präsident
Claudia von Siebenthal
Monica Bigler
Adrian Friedli
Marcel Romang
David Schmid

Saanen

Ruth Knutti, Präsidentin
Andreas Knecht
Beat Anderegg
Markus S. Bach
Niclas Baumer
Lisette Chevalier
Tobias Neuenschwander

Schönried

Charles Reichenbach, Präsident
Cornelia Frautschi
Viktor Germann
Kurt Gyger
Bethli von Grünigen
Carole von Siebenthal
Johny Wyssmüller

Saanenmöser

Brigitte Hoeffliger, Präsidentin
Andreas Huggler
Marc Rüdüsühli
Heidi Schopfer-Hefti
Jürg Tschanz

Lauenen

Patrick Westemeier, Präsident
Yvonne Blatter
Hansueli Hauswirth
Walter Hauswirth
Ruth Lüthi
Alexander Oehrli

Gsteig-Feutersoey

Blanca Burri-Bättig, Präsidentin
Martin Trummer, Vizepräsident
Therese Aeschbacher
Erika Hauswirth-Hauri
Marianne Raaflaub-Schopfer

Turbach

Mario Hählen, Präsident
Isabelle Matti
Jolanda Romang
Hansjörg Reuteler
Ernst Romang

Abländschen

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

6. TOURISMUS-STATISTIK

6.1. Überblick über die Logiernächte-Entwicklung

Dank der Steigerung der Parahotellerieübernachtungen um 2,8 % ist der Rückgang der Anzahl an Übernachtungen insgesamt mit 0,5 % sehr bescheiden ausgefallen.

Der starke Euro und die weiterhin angespannte Wirtschaftslage im Tourismusjahr 2010/11 hat vor allem bei den Hotelübernachtungen Spuren hinterlassen. Diese haben übers ganze Jahr um 7,3 % und im Winter um 8,5 % abgenommen. Der Rückgang von 5,7 % im Sommerhalbjahr bei der Hotellerie ist vor allem darauf zurückzuführen, dass das Wellness & Spa-Hotel Ermitage von Ende März 2011 bis Mitte Dezember 2011 geschlossen war.

Die Steigerung bei den Gruppenunterkünften & Camping von 3,5 % ist vor allem zusätzlichen Gruppen zuzuschreiben.

Logiernächte-Entwicklung

WINTER	2005/06	2006/07	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	+/-	in%
Hotels	187'531	194'410	202'681	189'333	190'635	174'433	-16'202	-8.5%
Ferienwohnungen	286'947	294'789	335'958	330'889	338'596	348'096	9'500	2.8%
Gruppenunterk./Camping	60'556	56'414	54'659	49'305	53'191	54'977	1'787	3.4%
TOTAL WINTER	535'034	545'613	593'298	569'527	582'422	577'507	-4'915	-0.8%
SOMMER	2006	2007	2008	2009	2010	2011	+/-	in%
Hotels	169'518	171'982	168'272	158'930	147'057	138'627	-8'430	-5.7%
Ferienwohnungen	175'883	185'287	224'454	220'698	225'593	231'847	6'254	2.8%
Gruppenunterk./Camping	45'556	47'235	46'744	47'955	44'971	46'596	1'625	3.6%
TOTAL SOMMER	390'957	404'503	439'470	427'583	417'621	417'070	-551	-0.1%
WINTER UND SOMMER	2005/06	2006/07	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	+/-	in%
Hotel	357'049	366'392	370'953	348'263	337'692	313'060	-24'632	-7.3%
Ferienwohnungen	462'830	480'076	560'412	551'587	564'189	579'943	15'754	2.8%
Gruppenunterk./Camping	106'112	103'649	101'403	97'260	98'162	101'573	3'411	3.5%
TOTAL JAHR	925'991	950'117	1'032'768	997'110	1'000'043	994'576	-5'466	-0.5%

(Basis: Kurtaxenstatistik GST Stand 31. Dezember 2011)

6.

TOURISMUS-STATISTIK

Detailstatistik Hotellerie (inklusive Gruppenhotels und Jugendherberge)

Die insgesamt abnehmenden Hotelübernachtungen (- 7,3 %) entwickelten sich in den einzelnen Kategorien stark unterschiedlich. Den deutlichsten Rückgang verzeichneten erneut die 5-Sterne-Hotels mit -22,7%, wobei dies vor allem auf die renovationsbedingte Schliessung des Wellness & Spa-Hotel Ermitage im Sommerhalbjahr 2011 zurückzuführen ist.

	2005/06	2006/07	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	+/-	in %
5*-Hotels	94'010	101'500	105'365	90'791	80'657	62'311	-18'346	-22.7%
4*-Hotels	123'614	139'466	140'490	132'046	132'060	131'793	-267	-0.2%
3*-Hotels	106'499	89'134	93'848	97'805	98'369	94'469	-3'900	-4.0%
Übrige	32'926	36'292	31'250	27'621	26'606	24'487	-2'119	-8.0%
TOTAL HOTELLERIE	357'049	366'392	370'953	348'263	337'692	313'060	-24'632	-7.3%

Basis: Kurtaxenstatistik GST Stand 31. Dezember 2011

Hotelauslastungs-Statistik

Wegen diversen Hotelumbauten waren 3'070 weniger verfügbare Betten als im Vorjahr vorhanden. Die durchschnittliche Betten-Auslastung der Hotels hat sich gegenüber dem Vorjahr um 2,7 % verschlechtert.

	2005/06	2006/07	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	+ / -
Total Betten	2'448	2'516	2'495	2'507	2'565	2'511	-54
Verfügbare Betten / Jahr *	893'520	918'340	910'675	890'820	862'535	859'465	-3'070
Logiernächte	357'049	366'392	370'953	348'263	337'692	313'060	-24'632
AUSLASTUNG	40.0%	39.9%	40.7%	39.1%	39.2%	36.4%	-2.7%

* Anzahl vorhandene Betten multipliziert mit den jeweiligen Betriebstagen

Detailstatistik Hotellerie nach Herkunftsländern

Das Berichtsjahr brachte Verschiebungen zwischen den Herkunftsmärkten. Bei den bedeutenden Herkunftsländern erhöhte sich der Gästeteil aus der Schweiz auf 61,5 %. Die Gästefrequenzen aus den Stammmärkten Europa sind zurückgegangen. Die Märkte Asien / Ozeanien verzeichneten eine kleine Zunahme an Logiernächten.

Herkunftsland	2005/06		2006/07		2007/08		2008/09		2009/10		2010/11	
	Übernachtungen	Anteil in %	Übernachtungen	Anteil in %	Übernachtungen	Anteil in %	Übernachtungen	Anteil in %	Übernachtungen	Anteil in %	Übernachtungen	Anteil in %
Schweiz	212'950	59.4%	213'371	59.4%	230'478	62.1%	214'984	61.7%	204'031	60.4%	192'650	61.5%
Deutschland	33'719	11.0%	32'287	11.0%	32'049	8.6%	28'836	8.3%	27'314	8.1%	22'515	7.2%
Frankreich	22'127	6.7%	24'712	6.7%	23'135	6.2%	22'690	6.5%	22'143	6.6%	19'311	6.2%
Benelux	16'307	4.7%	18'378	4.7%	21'501	5.8%	20'013	5.7%	20'828	6.2%	17'983	5.7%
Grossbritannien	18'282	5.0%	20'679	5.0%	14'890	4.0%	14'612	4.2%	15'222	4.5%	13'688	4.4%
Spanien + Port.	5'746	1.7%	6'696	1.7%	6'691	1.8%	6'577	1.9%	5'779	1.7%	5'635	1.8%
Italien	6'817	1.9%	8'829	1.9%	6'883	1.9%	6'782	1.9%	6'961	2.1%	5'707	1.8%
Russland	3'713	0.9%	4'763	0.9%	4'889	1.3%	4'850	1.4%	4'689	1.4%	4'866	1.6%
Übriges Europa	9'997	2.7%	12'091	2.7%	11'655	3.1%	11'355	3.3%	10'695	3.2%	10'743	3.4%
USA	10'380	2.9%	10'708	2.9%	7'662	2.1%	7'553	2.2%	8'116	2.4%	8'113	2.6%
Asien/Ozean	7'498	1.4%	7'328	1.4%	7'667	2.1%	7'168	2.1%	8'506	2.5%	8'798	2.8%
Übrige	9'512	1.7%	6'550	1.7%	3'453	0.9%	2'843	0.8%	3'408	1.0%	3'051	1.0%
TOTAL	357'049	100%	366'392	100%	370'953	100%	348'263	100%	337'692	100%	313'060	100%

(Basis: Kurtaxenstatistik GST Stand 31. Dezember 2011)

Hotellerie aufgliedert nach Dörfern

Die Übernachtungsstatistik nach Dörfern weist gegenüber dem Vorjahr Verschiebungen auf. Die grösste Einbusse (- 41,9 %) ist wegen dem Neu- und Erweiterungsbau des Wellness & Spa-Hotel Ermitage in Schönried zu verzeichnen. Eine erfreuliche Zunahme können die Hotels in Lauenen (4,9 %) und in Saanenmöser (3,4 %) aufweisen.

	2005/06	2006/07	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	+ / - in LN	+ / - in %
Gstaad	146'514	158'426	164'439	147'381	137'560	135'373	-2'187	-1.6%
Schönried	53'732	54'655	56'381	51'756	50'825	29'552	-21'273	-41.9%
Saanen	106'686	101'176	98'775	97'378	97'999	96'325	-1'674	-1.7%
Saanenmöser	36'703	36'284	35'926	35'491	37'312	38'580	1'268	3.4%
Lauenen	9'347	9'702	10'393	10'655	9'930	10'412	482	4.9%
Gsteig	4'067	6'149	5'039	5'602	4'066	2'818	-1'248	-30.7%
TOTAL	357'049	366'392	370'953	348'263	337'692	313'060	-24'632	-7.3%

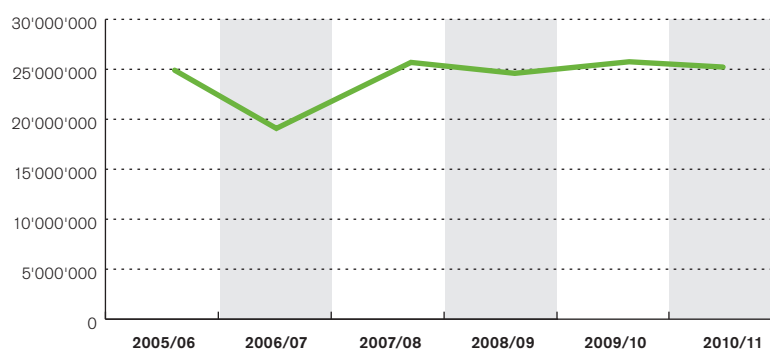
(Basis: Kurtaxenstatistik GST Stand 31. Dezember 2011)

6.2. Bergbahnen

Im Tourismusjahr 2010/11 verzeichneten die im Tarifverbund Gstaad Mountain Rides (GMR) zusammengefassten Bergbahnen einen leichten Rückgang. Der Verkehrsumsatz lag 2,7 % unter dem Vorjahresergebnis. Das Ergebnis ist im Mittel der vier letzten Jahre:

Verkehrserträge Tarifverbund Gstaad Mountain Rides

Quelle: Geschäftsbericht Verein GMR 2010/11



YOU

7. WELCOME CARD

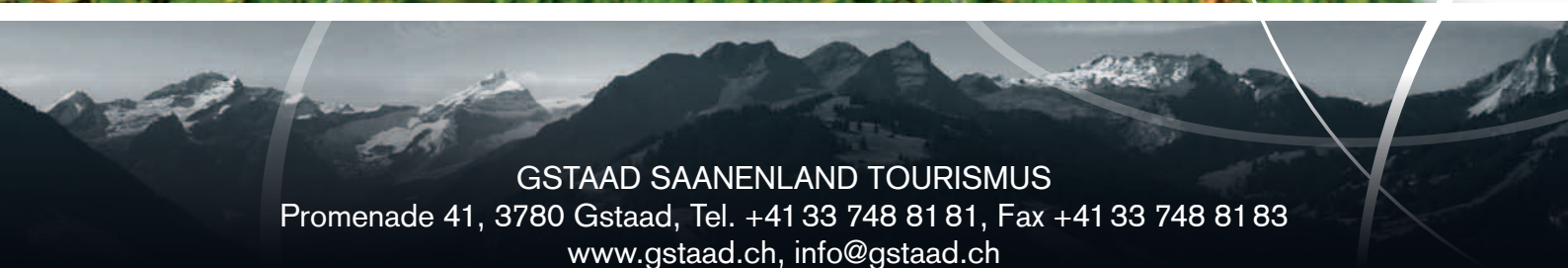
Die Welcome Card ist ein Finanzierungs-System für die Gstaader Top Events sowie nicht periodisch stattfindende Anlässe. Per 31.10.2011 waren folgende Unternehmen und Privatpersonen Besitzer einer Welcome Card:

Welcome-Card-Inhaber 2010/2011

31 Gold + 15 Silver + 39 Supporter = Total 85 Welcome-Card-Besitzer

NAME	VORNAME	FIRMA	ORT	CARDTYP
Annen	Thomas	Rieder Architektur AG	Saanen	Supporter Card
Annen	Walter	Chaletbau Annen AG	Gstaad	Silver Card
Bach	Lorenz	Boutique Lorenz Bach	Gstaad	Gold Card
Bach	Marcel	Bach Immobilien AG	Gstaad	Gold Card
Bachofner	Martin	Gstaad Saanenland Tourismus	Gstaad	Supporter Card
Balmer	Thomas	Adolf Krebs AG	Gstaad	Gold Card
Bangerter	Kaspar	Bangerter Gartenbau AG	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
Bieri	Michael	Bieri AG Möbel/Innenausbau	Weissenburg	Silver Card
Blunski	Leonz	LGB Beratung	Gstaad	Supporter Card
Bohnenblust	Thomas	UBS AG	Gstaad	Gold Card
Bonfils	Jacques	Avocat	Bulle	Supporter Card
Brunner	Matthias	Notar	Gstaad	Supporter Card
Burri	Arnold	Chalet Lydia	Lauenen	Supporter Card
Burri	Reto	Zimmerei & Chaletbau	Lauenen	Silver Card
Burri	Nicolas	Chaletbau Matti Hozbau AG	Saanen	Supporter Card
Byland	Damien	Chaletbau Matti Holzbau AG	Saanen	Supporter Card
Ciarulli	Mirjam	Egger Ingenieure AG	Gstaad	Supporter Card
Décotterd	Philippe	Chaletbau Matti Architektur 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	Gfeller Transporte AG	Schönried	Supporter Card
Goddard	Michael		Gstaad	Gold Card
Gremaud	Laurent	Chaletbau Matti Architektur AG	Gstaad	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	Benz	Rübeldorf	Saanen	Supporter Card

NAME	VORNAME	FIRMA	ORT	CARDTYP
Hauswirth	Gottfried	G.Hauswirth Architekten AG	Saanenmöser	Gold Card
Hauswirth	Hansueli	Malergeschäft	Lauenen	Supporter Card
Hefti	Ueli	Ueli Hefti GmbH	Turbach	Supporter Card
Horn	Jürg	Ribo Treuhand AG	Gstaad	Silver Card
Iseli	Markus & Stephanie		Gstaad	Supporter Card
Jaggi	Stephan	Jaggi & Partner AG	Gstaad	Gold Card
Jauner	Marcel	Rieder Architektur AG	Saanen	Supporter Card
Kappeler	J.Markus	Executive Support	Gstaad	Gold Card
Kernen	Bruno	Hotel Kernen	Schönried	Gold Card
Kropf	Aldo	Apotheke Dr.Kropf	Gstaad	Gold Card
Lanz	Louis	BKW ISP AG	Gstaad	Gold Card
Ludi	Peter	Ludi AG	Gstaad	Gold Card
Maag	Rudolf		Binningen	Gold Card
Marti	Ernst	Chaletbau Matti Holzbau AG	Saanen	Supporter Card
Matti	Beat	Chaletbau Matti Holzbau AG	Saanen	Silver Card
Matti	Christiane	Hotel Arc-en-Ciel AG	Gstaad	Silver Card
Matti	David & Sandra	Notariat & Advokatur Matti & Matti	Saanen	Silver Card
Matti	Jean-Claude	Chaletbau Matti Architektur AG	Gstaad	Silver Card
Matti	Ueli W.	Chaletbau Matti Architektur AG	Gstaad	Supporter Card
Matti	Daniel	Matti Immobilien AG	Saanen	Gold Card
Matti-Zbären	Walter	BKW FMB Energie AG	Gstaad	Gold Card
Matti-Zoppas	Michel	Gstaad Saanenland Tourismus	Gstaad	Supporter Card
Michel	Willy		Burgdorf	Gold Card
Molkerei Gstaad			Gstaad	Gold Card
Oehrli	Lorenz	Chaletbau Matti Architektur AG	Gstaad	Supporter Card
Perreten	Ueli	Zimmerei & Chaletbau AG	Gstaad	Silver Card
Petris	Gian-Carlo	Unabh. Wirtschafts-Beratung	Stettlen	Gold Card
Reichenbach	Werner	Liegenschaftsverw.	Gstaad	Supporter Card
Reuteler	Arthur	Bikesport Reuteler GmbH	Saanen	Supporter Card
Reuteler	Martin	Rieder Architektur AG	Saanen	Supporter Card
Reymond	Jean-Claude	Chaletbau Matti Architektur AG	Gstaad	Supporter Card
Rieder	Max	Rieder Architektur AG	Saanen	Gold Card
Romang	Christoph	Schuhhaus Romang	Gstaad	Silver Card
Rothen	Beat	Typo Druck Rothen	Gstaad	Supporter Card
Schär	Hans & Lotti	Elektrohuus von Allmen AG	Schönried	Gold Card
Schmid & Lutz	Laurenz & Heiner	Wellness & Spa Hotel Ermitage	Schönried	Gold Card
Schneider	Peter	Unabh. Wirtschafts-Beratung	Stettlen	Gold Card
Schranz	Peter	Spenglerei & Taxi	Saanen	Supporter Card
Seifritz	Roger	Chalet Fichte	Saanenmöser	Supporter Card
Speth	Robert	Restaurant Chesery	Schönried	Gold Card
Thoenen	Thomas & Ueli	Thoenen Bauunternehmung AG	Gstaad	Gold Card
von Allmen	Jürg	Saanen Bank AG	Saanen	Gold Card
von Grünigen	Andreas	Chaletbau Matti Architektur AG	Gstaad	Supporter Card
von Grünigen	Johann P.	Drogerie & Parfümerie	Gstaad	Silver Card
von Känel	Peter	Die Mobiliar	Gstaad	Supporter Card
von Siebenthal	Stefan	Chaletbau Matti Holzbau AG	Saanen	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
Yerly	Bruno	Chaletbau Matti Architektur AG	Gstaad	Supporter Card
Zeller	Christoph & Christina	Viva Incentives	Gstaad	Gold Card
Zwygart	Michael	Egger Ingenieure AG	Gstaad	Supporter Card



GSTAAD SAANENLAND TOURISMUS

Promenade 41, 3780 Gstaad, Tel. +41 33 748 81 81, Fax +41 33 748 81 83
www.gstaad.ch, info@gstaad.ch