

# GESCHÄFTSBERICHT 2011/2012



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



© Gstaad Saanenland Tourismus, Februar 2013

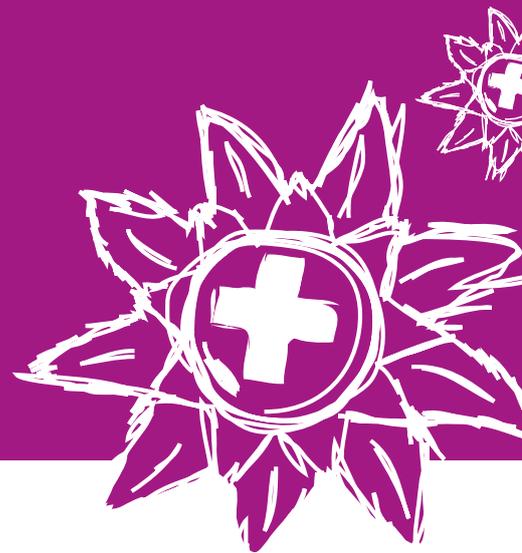
DESIGN & DRUCK: Müller Marketing & Druck AG, Gstaad

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 2011/12                          | 23 |
| 4. PROTOKOLL DER 19. ORDENTLICHEN HAUPTVERSAMMLUNG | 31 |
| 5. GESCHÄFTSFÜHRUNGS- UND VERWALTUNGSORGANE        | 36 |
| 6. TOURISMUS-STATISTIK                             | 37 |
| 7. WELCOME CARD                                    | 40 |

# 1. BRIEF AN DIE MITGLIEDER



Liebe Mitglieder

Es freut mich, dass wir auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2011/12 zurückblicken können. Ein dynamisches Geschäftsleitungsteam unter Leitung von Direktor Martin Bachofner hat die Abläufe überzeugend im Griff. Ich stelle fest, dass vorausschauendes Planen, strukturiertes Vorgehen und gegenseitige Unterstützung die gute Zusammenarbeit prägen.

Zwar sind die goldenen Tourismusjahre der Mitte des letzten Jahrzehnts – hoffentlich nur vorübergehend – vorbei, aber dank Optimierungen in Geschäftsabläufen, Einsparungen bei den Personalkosten und gutem Kostenmanagement schliesst unsere Erfolgsrechnung auch in diesem Rechnungsjahr positiv ab. Für einen gesunden Betrieb notwendige Abschreibungen konnten getätigt werden.

Es ist nicht Zweck einer Tourismusorganisation, stille Reserven zu schaffen. Ziel ist vielmehr die Stärkung der Marketingmittel, um im immer differenzierteren und umkämpften Markt Schwerpunkte setzen zu können. Dass uns dabei die Gemeinden Saanen, Lauenen, Gsteig und Zweisimmen mit zusätzlichen Marketingbeiträgen für die Jahre 2012 bis 2014 unterstützen, sei hier ganz herzlich verdankt. So erreichen wir das von der Volkswirtschaftsdirektion des Kantons Bern empfohlene Mindestmarketingbudget für eine selbstständige Destination von rund zwei Millionen Franken.

Die gegen Ende des Geschäftsjahrs gegründete Kantonale Marketing AG «BE! Tourismus» hilft auch uns, vor allem Kooperationen mit Schweiz Tourismus in den Kernmärkten schlagkräftiger wahrnehmen zu können.

Die Bevölkerung unterstützt Bestrebungen des Tou-

rismus: der Verein «Gstaad 2020+», der Vertreter aller Leistungsträger unserer Region umfasst, steht gefestigt da. Durch die Anstellung eines Projektleiters kamen diversen Projekte voran. Schweiz Tourismus unterstützt uns dabei im Rahmen des Impulsprogramms «Enjoy Switzerland».

Der Direktor setzte Akzente, die den Bekanntheitsgrad im Schlüsselmarkt Schweiz auch für die Bergbahnen der Destination Gstaad erhöhen: Zu erwähnen sind vor allem die Marketingkooperationen mit BSC Young Boys Bern und mit BMW.

Es freut uns, dass der Imagefilm «Gstaad – come up, slow down» mehrfach international ausgezeichnet wurde.

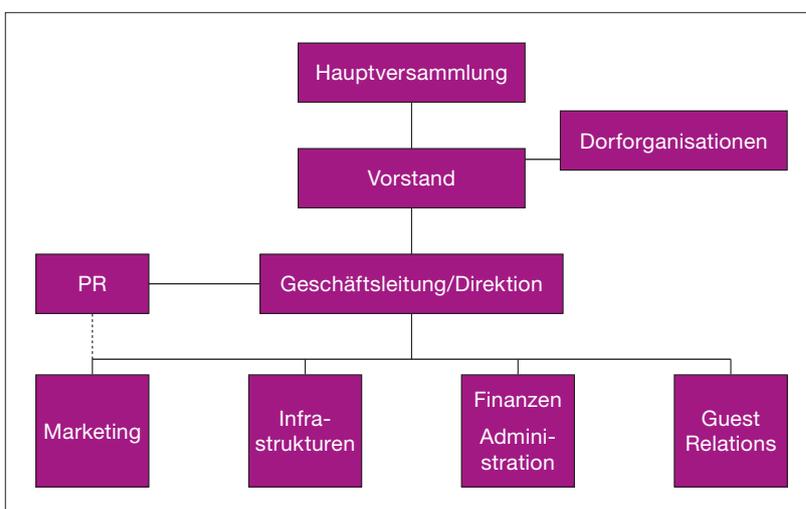
All diese Gründe bewirken, dass wir im Benchmark mit Destinationen der Schweizer Alpen gut dastehen, obschon wir uns immer noch mit dem starken Franken und der Wirtschaftsflaute in Europa auseinandersetzen müssen. Der Rückgang an Übernachtungen fiel im Vergleich kleiner aus als anderswo. Die Tatsache, dass ausländische Destinationen aber zulegen konnten, wird unseren Ehrgeiz, noch besser zu werden, in den kommenden Jahren anspornen.

Es ist mir ein grosses Bedürfnis, dem Vorstand, der Geschäftsleitung und allen Angestellten des GST herzlich zu danken für ihren unermüdlichen Einsatz. Zusammen mit dem Engagement der Dorfvorstände und unserer Partner werden wir weiter erfolgreich unsere wichtigste Volkswirtschaft, den Tourismus, zum Wohle aller fördern können.

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. Er beeinflusst die für die touristische Entwicklung der Gesamtdestination wesentlichen Themen. Der Vorstand hat im Berichtsjahr vier Mal regulär getagt. Darüber hinaus fanden mehr als 25 Sitzungen in themenabhängiger Zusammensetzung statt. Dazu gehörten die Führungsausschuss-Treffen zwischen dem Präsidenten GST, dem Vizepräsidenten GST und dem Direktor GST. Ebenfalls stark engagiert war der Vorstand in den Sitzungen rund um die Themen «Marketing-Push», «Gstaad 2020+» oder «Tourismuspolitik im Kanton Bern».

#### Herausgegriffen

##### • Destinationsmanagement-Planspiel

Am 21. und 22. Mai 2012 besuchte der Vorstand anlässlich seiner Klausur ein Weiterbildungsseminar am Institut für Tourismuswirtschaft an der Hochschule Luzern. Gegenstand der Veranstaltung war eine Einführung in das Destinationsmanagement-Planspiel. Folgende Zielsetzungen wurden damit erreicht:

- Verständnis schaffen für Aufgaben anderer Leistungsträger
- Erkennen von Zusammenhängen und Abhängigkeiten in einer Destination

### Mitglieder Vorstand



Andreas Hurni  
Präsident



Andrea Scherz  
Vizepräsident



Eric Oehri  
Mitglied



Emanuel Raaflaub  
Mitglied





Jürg Schwenter  
Mitglied



Christiane Matti  
Mitglied



Hansueli Brand  
Mitglied



Günter Weilguni  
Mitglied



Hanspeter Tinner  
Mitglied

Der Vorstand des  
neuen Vereins  
«Gstaad 2020+»:  
Hans-Ueli Tschanz,  
Martin Bachofner,  
Christian Hoefliger (v.l.).

- Anwenden von Wissen aus den Bereichen Destinationsmanagement, Marketing, Finanzwesen und Kommunikation
- Erkennen der Bedeutung einer einheitlichen Destinationsstrategie
- Spielerischer Zugang zu den täglichen Entscheidungen der einzelnen Leistungsträger und der Destination als Ganzes

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

Aus der Initiative Gstaad 2020+ wurde der Verein «Gstaad 2020+». Dessen Ziel ist es – auf der Basis des GST-Leitbilds – das Saanenland und seine angrenzenden Gebiete nachhaltig weiterzuentwickeln. GST hat die Vereinsgründung massgeblich beeinflusst, gehört zu den Gründungsmitgliedern und stellt mit Martin Bachofner auch den Präsidenten. Die Vereinsgründung war nötig, damit der «Regionsvertrag 2020+» auch eine rechtliche Grundlage erhält. Er dient als Vehikel, um anspruchsruppengerechte, konstruktive und innovative Diskussionen über die Zukunft der Region zu führen. Mit Schweiz Tourismus (Impulsprogramm «Enjoy») hat man einen Partner an Bord, welcher für die nächsten zwei Jahre die nötige Unterstützung bietet, dass im Bereich der Angebotsgestaltung und des Qualitätsmanagements Ideen auch umgesetzt werden können.

#### • **Tourismuspolitik Kanton Bern: Gründung und Beteiligung an der «BE! Tourismus AG»**

Die Gründung einer Gesellschaft, welche die touristische Marktbearbeitung für den Kanton Bern bündelt, ist das Kernstück der Revision des Tourismusentwicklungsgesetzes (TEG), die in der Novembersession 2011 vom Grossen Rat einstimmig verabschiedet worden ist. Der Kanton Bern hat nun zusammen mit den touristischen Destinationen diese gemeinsame Plattform, die «BE! Tourismus AG», gegründet. Ihre Aufgabe besteht darin, den Tourismus im Kanton Bern künftig besser zu vermarkten. Die «BE! Tourismus AG» wird durch jährliche Beiträge aus allgemeinen Staatsmitteln finanziert. Die Destinationen tragen mit einem Anteil aus ihrem Ertrag aus der Beherbergungsabgabe zu den Mitteln bei. So wird die «BE! Tourismus AG» jährlich über ein Budget von ca. 4,5 Millionen Franken verfügen.

Der Präsident sowie der GST-Direktor haben diesen Prozess in den vergangenen drei Jahren massgeblich beeinflusst und stellen sicher, dass das Saanenland auch in Zukunft gebührend in der AG vertreten ist. Zum einen stellt das Saanenland mit Sandra Matti eine Verwaltungsrätin, zum anderen vertreten Martin Bachofner und Andrea Sprenger-von Siebenthal die Interessen der Region in einem Marketing-Ausschuss, welcher der AG angegliedert ist.



## 2. TÄTIGKEITSBERICHT

### 2.3. Geschäftsleitung

#### Aufgaben

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

#### Herausgegriffen

##### • Mitarbeiterschulung

Der im August 2011 gestartete Reorganisationsprozess fand auch in diesem Geschäftsjahr seine Fortsetzung. Nebst Umstrukturierungen in den Abteilungen Marketing und Guest Relations wurde auch auf die Führungsschulung Wert gelegt. Im November 2011 fand ein Workshop zu den Themen «Führungsrollen, -aufgaben und -kompetenzen» statt. Ein ähnlicher Workshop wurde im Januar mit dem Kader durchgeführt. Ein sehr wichtiger Schritt, denn mit der Reorganisation wurden neue Kaderpositionen geschaffen und mit Mitarbeitern besetzt, die sich neu in einer solchen Funktion fanden. Der Workshop-Zyklus wurde im Frühjahr mit einer weiteren Veranstaltung, diesmal für die Mitarbeiter, abgeschlossen. Somit wurde auf jeder Stufe Verständnis für die teils neuen oder zusätzlichen Aufgaben geschaffen.

##### • Marketing-Push

Im Berichtsjahr hat GST unter anderem den Entscheidungsprozess einer befristeten Zusatzfinanzierung seitens der öffentlichen Hand aufgegleist. Dieser sogenannte «Marketing-Push» war mit fünf wesentlichen Zielen verknüpft, die den vier Gemeinden Saanen, Gsteig, Lauenen und Zweisimmen vorgetragen wurden: mehr Schlagkraft im Onlinemarketing, bei Saisonrandkampagnen und im exklusiven Angebotsbereich in Wachstumsmärkten (für GST neue Märkte), Erreichen einer aktiven Präsenz «Verkaufsförderung» in den neuen Märkten sowie Intensivierung des Markenschutzes und der Markenverwertung.

Die Vorlagen wurden in der ersten Hälfte des Geschäftsjahres vom Volk gutgeheissen. GST weiss dieses Vertrauen in seine Arbeit sehr zu schätzen und bedankt sich in aller Form. In allen fünf Zielsetzungen konnten erste Massnahmen umgesetzt werden.

##### • Unterstützung diverser Destinationsprojekte

Die Geschäftsleitung GST unterstützte und koordinierte diverse Tourismusprojekte in der Region, darunter die Mitarbeit in den Arbeitsgruppen von «Gstaad 2020+» sowie weitere Projekte zur Ansiedlung neuer Events und zusätzlicher Gästebetten sowie in der Destinationsentwicklung.

### Geschäftsleitung

(Stand 31.10.12)



Martin Bachofner  
Direktor



Michel Matti, Vizedirektor,  
Leiter Infrastrukturen /  
Finanzen & Administration



Kerstin Sonnekalb  
Leiterin Public Relations



Barbara Studer  
Leiterin Marketing



Andreas Zoppas  
Leiter Guest Relations

Gstaad Saanenland an der Sao Paulo Travel Week, der grössten Fachmesse in Südamerika. Am «Havaianas Day» ist das Tragen von Flip Flops für alle Teilnehmer Pflicht.

## 2. TÄTIGKEITSBERICHT



### Mitarbeiter (Stand 31.10.12)



Barbara Studer  
Leiterin Marketing

### 2.4. Marketing

#### Aufgaben und Aktivitäten

Die Marketing-Abteilung hat neu die folgenden vier Hauptbereiche: Basismarketing, Produktmarketing, E-Marketing und Verkauf. Aufgrund der Ausweitung der Kernaufgaben wurden zwei neue Stellen geschaffen, um die beiden neuen Bereiche E-Marketing und Verkauf abdecken zu können.

#### • Werbung

Die beiden im letzten Geschäftsjahr lancierten Angebotskampagnen «Bike» und «3-Generationen» wurden fortgeführt. Mit der Bike-Kampagne soll das Destinationsprofil von Gstaad als Bike-Destination geschärft und die Kompetenz im Bike-Sektor gestärkt werden. Die «3-Generationen»-Kampagne zielte darauf ab, die Saisonrandzeiten zu beleben und für die geöffneten Hotels ein gemeinsames Angebot am Markt zu platzieren. Beide Kampagnen funktionierten auf cross-medialer Basis mit Anzeigen in Special Interest-Magazinen und überregionalen Titeln, online Banners sowie einer Re-Targeting-Kampagne. Begleitet wurden diese Massnahmen durch PR und Social-Media-Aktivitäten auf Twitter und Facebook. Die Angebote der teilnehmenden Hotels wurden auf der Webseite publiziert und die Bike-Angebote konnten direkt via neues Deskline-Buchungssystem gebucht werden.

Aus dem bestehenden Imagefilm wurden zwei Kurzversionen je für Sommer und Winter erstellt. Die Sommerversion wurde bei den Orange Cinema Open Airs in Basel, Bern und Zürich eingesetzt (83 Ausstrahlungen) und erzielte über 105 000 Kontakte.

Die Originalversion des Imagefilms wurde an 14 Tourismus-Filmfestivals in Europa und Amerika eingereicht und konnte zahlreiche Auszeichnungen ge-

winnen, so unter anderem als krönender Abschluss den CIFFT Grand Prix, der sich aus der Anzahl der erzielten Rangpunkte in allen Festivals errechnet.

#### • Kooperationen

Mittels Kooperationen sollen Synergien geschaffen werden um die Marktpräsenz mit zusätzlichen Kanälen zu erhöhen. Per Anfang 2012 wurde eine auf drei Jahre angelegte Kooperation mit den BSC Young Boys Bern abgeschlossen. Nebst werblicher Präsenz im Stadion und dem jährlichen Sommertrainingslager in Gstaad beinhaltet die Kooperation auch den Zugang zur Champions Lounge, die von unseren Partnern als Networking-Plattform genutzt werden kann. Gstaad war zusätzlich noch am jährlichen YB-Member-Anlass zusammen mit lokalen Partnern vor Ort und konnte die Region auf sympathische Weise präsentieren.

Am jährlichen «Swiss Premium» Event, der im Berichtsjahr in Nürnberg und München stattfand, konnten über 220 Opinion Leaders begrüsst werden. Diese Veranstaltung wird jeweils mit Engelberg und den Bergbahnen Davos ausgerichtet und steht unter der Gesamtleitung und professionellen Moderation von Beat Antenen.

Ebenfalls weitergeführt wurde die Zusammenarbeit mit der Gemeinde Saanen und ihrer Städtepartnerschaft mit Darmstadt. GST nahm an den beiden Anlässen «Heinerfest» und «Grenzgang» teil und erzielte ein positives Echo bei der Darmstädter Bevölkerung.

Als sehr wertvoll erwies sich die Kooperation mit einem unserer Top Events, dem Menuhin Festival. Bei einigen Konzerten des Gstaad Festival Orchestras konnte sich Gstaad als kultureller Hotspot einem ausgewählten Publikum präsentieren. Das GFO ist ein optimaler Botschafter für die Ferienregion Gstaad und das hochstehende Kulturangebot.

#### • Verkaufsförderung

Zur Sicherstellung des Grundrauschens in den Nahmärkten und im Inland wurden die drei Marketing-Kooperationen «Winter», «Sommer» und «Wellness» von Schweiz Tourismus fortgeführt. Bestandteil dieser Kampagnen sind Ein-



Marisa Arnet  
Leiterin Produktemarketing



Alexandra Gygax  
Leiterin E-Marketing &  
Content Management



Philipp Kägi  
Leiter Sales & Promotion



Per Anfang 2012 schloss GST eine Kooperation mit den BSC Young Boys Bern ab.

Die Partnerschaft der Gemeinde Saanen mit Darmstadt nutzte GST beim «Heinerfest» und «Grenzgang» zur Präsentation der diversen touristischen Angebote.



Denise Hartmann  
Marketing-Assistentin



Oliver Loeffel  
Marketing-Assistent

träge in die Broschüren von Schweiz Tourismus, Integration in die Medienarbeit sowie Angebotswellen auf der ST-Website, wo buchbare Hotelangebote eingestellt werden können.

#### • **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.

#### • **E-Marketing**

Die bestehende Website wurde optimiert und in eine Winter- und Sommerseite aufgeteilt. Dies erleichtert dem Besucher, Informationen schneller zu finden. Die Livecams wurden neu eingebunden und ein E-Shop wurde installiert, wo die Boutique-Artikel online gekauft werden können.

Die Website wird regelmässig aktualisiert und gepflegt, um den Informationsgehalt stets aktuell zu halten.

Der Blog «Mr. Gstaad» wurde reaktiviert und ein neuer Blog «MeInGstaad» kreiert. Die Anzahl Fans auf Facebook konnte um 82% gesteigert werden und Twitter-Aktivitäten wurden aufgenommen: Einerseits werden generelle Informationen verbreitet und andererseits twittert «Gstaad PR» spezifisch über Medienmitteilungen. Somit werden die Social-Media-Kanäle systematisch genutzt.

Mit gezielten SEO und Google Adwords Kampagnen konnte der Traffic auf der Website erhöht werden. Ein weiterer Grund für die Steigerung der Zugriffe auf die Website ist auf die verstärkten Aktivitäten in den Social-Media-Kanälen sowie auf die allgemeinen Aktivitäten in den neuen Märkten zurückzuführen.

#### • **Werbemittel und Content Management**

Ein wichtiger Bereich ist die Produktion von Imprimaten und Werbemitteln. So werden unter anderem die jährliche Hotelbroschüre, das Ferienwohnungsverzeichnis, Bike- und Langlaufkarten und vieles mehr produziert. Diese Imprimata werden kontinuierlich inhaltlich wie gestalterisch weiterentwickelt. Neu wurden ein Flyer «Gstaad Highlights» sowie Postkarten und Nostalgie-Poster ins Sortiment aufgenommen.

## Herausgegriffen

### • Verkauf und neue Märkte

Mit den zusätzlichen Mitteln aus dem Marketing-Push können sowohl die Bearbeitung neuer Märkte (Brasilien, Indien, China, Golfstaaten) aufgebaut als auch zusätzliche Sales-Aktivitäten im MICE-Segment mit SCIB (Switzerland Convention & Incentive Bureau) wahrgenommen werden. Zur effizienten Bearbeitung dieser Entwicklungsmärkte werden grösstenteils Aktivitäten und Key Partnerschaften mit Schweiz Tourismus geplant.

Es konnten diverse FamTrips aus verschiedenen Märkten in Zusammenarbeit mit den Hotels realisiert werden. Im MICE-Segment nahm GST an der «Meeting Trophy» teil und richtete den SCIB Nordics Network Event mit rund 60 Teilnehmern aus.

Für die neuen Märkte besuchte GST die Travel Week in Sao Paulo und nahm an den Workshops von Schweiz Tourismus in der Schweiz für die Märkte Asia Pacific, Indien und Golfstaaten teil. Diese Aktivitäten basieren auf 1:1 Verkaufsgesprächen mit den Top-Einkäufern aus diesen Märkten. Zusätzlich wurden weitere Einzelprojekte realisiert.

Im kommenden Geschäftsjahr werden die Marktbearbeitungsaktivitäten systematisch weiterentwickelt und der aktive Verkauf aufgebaut.

Im MICE-Segment nahm GST an der «Meeting Trophy» teil und richtete den SCIB Nordics Network Event mit rund 60 Teilnehmern aus.



## 2. TÄTIGKEITSBERICHT

### Mitarbeiter (Stand 31.10.12)



Kerstin Sonnekalb  
Leiterin Public Relations



Marlène Müller  
PR-Assistentin



Vivienne Bauer  
PR-Assistentin

Zu den Kooperationsprojekten mit den Leistungsträgern gehörte auch die Programmpräsentation des Menuhin Festivals in der Schweizer Botschaft in London.

### 2.5. Medienarbeit & PR

#### Aufgaben und Aktivitäten

Der Funktionsbereich PR betreut die proaktive und reaktive Öffentlichkeitsarbeit von GST mit Fokus auf die Zielmärkte Schweiz, Deutschland, Frankreich sowie UK und seit Anpassung der Marketingstrategie auf die neuen Märkte China, Indien, Brasilien, Russland und Golfstaaten. Um Gstaad in den neuen Märkten zielgerecht zu platzieren, wurde eine Kooperation mit den 5-Sterne-Hotels initiiert. Der Trend hin zu PR-Kooperationen mit den Leistungsträgern hält an. Social-Media-Aktivitäten haben sich etabliert und gewinnen weiterhin 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.

#### • Externe und interne Kommunikation

Die Angebots- und Unternehmenskommunikation wird durch eine Vielzahl an Medienmitteilungen mit Leben gefüllt. Die Kernbotschaften werden ausserdem intern an die Frontmitarbeiter kommuniziert. Die Kommunikation mit den Leistungsträgern wurde ausgebaut. Dies dient insgesamt der Transparenz und Imagepflege. Im Berichtsjahr wurden 86 Medienmitteilungen (67 im Vorjahr) herausgegeben. 20 (22) wurden auf Französisch und 6 (4) auf Englisch übersetzt.

#### • Medienagenturen

Aus der Zusammenarbeit mit PR-Agenturen in Frankreich, Deutschland und Grossbritannien entstanden total 23 (23) länderspezifische Medienmitteilungen. In China präsentiert eine Agentur Gstaad erfolgreich auf diversen Social-Media-Plattformen. In den anderen neuen Märkten verzichtet GST auf eine fixe Zusammenarbeit mit PR-Agenturen.

#### • Medienevents

Medienevents fanden meist in enger Kooperation mit den Leistungsträgern aus der Region statt. Intensiv gestaltete sich die Zusammenarbeit mit «The Alpina





Die Medienreise für Journalisten aus den neuen Märkten in Kooperation mit den 5-Sterne-Hotels stiess auf grosses Interesse.

Gstaad» während des gesamten Jahres im Vorfeld der Eröffnung. Mit dem neuen Hotel Hamilton Lodge gab es eine PR-Aktion in Amsterdam. Auf mediale Resonanz stiess die Airbus-Taufe im Gstaad Palace. Swiss Premium und ITB-Medientreff waren die zentralen PR-Events in Deutschland. Bei den Olympischen Spielen in London wurden VIP-Tickets zur Medien-Kontaktpflege eingesetzt. Zu Medienmeetings reiste GST ausserdem nach Paris und Cannes. Diese Events erzeugten ein Medienecho im erwarteten Rahmen.

#### • **Medienreisen / Reisereportagen**

Insgesamt wurden im Berichtsjahr 144 (160) Journalisten bei ihren Recherchen vor Ort betreut. Die PR-Abteilung organisierte 17 (15) Medienreisen proaktiv und unterstützte 50 (34) Medienreisen von Hotels, Schweiz Tourismus und anderen Veranstaltern reaktiv. GST erzielte durch proaktive Medienreisen ein Werbeäquivalent in Höhe von ca. CHF 1 Mio. (1,5 Mio.).

#### • **Medienanfragen**

Das PR-Team wickelte 218 (252) Medienanfragen zu verschiedensten Themen ab. Die Medien haben inzwischen verstanden, dass GST Diskretion sehr ernst nimmt. «People-Anfragen» haben weiter abgenommen. Wir konnten zudem einige attraktive TV-Reportagen vermitteln.

#### • **Sonstige Tätigkeiten**

GST hat sich als PR-Partner für Leistungsträger der Region weiter etabliert. Die Integration in die Destinationskommunikation wird zunehmend stärker in Anspruch genommen. Saisonale News können wir nun mehr als 3 Monate vor Saisonbeginn online stellen. Zu den weiteren Tätigkeiten zählt u.a. die Überarbeitung diverser Texte, das Erstellen des monatlichen Newsletters, der Insider-Tipps auf [www.gstaad.ch](http://www.gstaad.ch), Programm-Angebote für die Medienarbeit von Schweiz Tourismus, die Basisdatenpflege auf ca. 130 Internet-Plattformen.

#### **Herausgegriffen**

«The Alpina Gstaad» sorgte durch intensive PR-Arbeit für ein weltweites Medieninteresse an Gstaad als Luxusdestination. GST wurde hier als Partner optimal einbezogen und lieferte die flankierenden Informationen über die Region. Parallel dazu fokussiert GST auf die Botschaft, dass Gstaad für jedermann attraktive Angebote bereit hält.



Die Überarbeitung und Korrektur der Ferienwohnungsbrochüre ist Teil des Aufgabengebiets der Reservationsabteilung.

## Mitarbeiter (Stand 31.10.12)



Andreas Zoppas  
Leiter Guest Relations



Susanne Brechbühl  
Leiterin Info Center &  
Reservation

## 2. TÄTIGKEITSBERICHT

### 2.6. Info Center & Reservation

#### Aufgaben und Aktivitäten

Die Abteilung Info Center & Reservation ist für die Ferienregion Gstaad eine wichtige Anlaufstelle für Gäste-Erstkontakte, aber auch für Einheimische. Die Kontaktaufnahme erfolgt vor allem per Telefon oder E-Mail. Mit der neuen Reservationssoftware Deskline 3.0 der Firma Feratel AG wickelt die zentrale Reservationsstelle Hotel- und Ferienwohnungsbuchungen ab. Das Tätigkeitsfeld im Überblick:

- **Gästeinformation und Kundenberatung**

An Spitzentagen wurden im Berichtsjahr täglich bis zu 160 Telefonanrufe auf der Hauptnummer 033 748 81 81 verzeichnet. Die Anfragen sind sehr vielseitig. Schriftliche Anfragen werden konsequent innerhalb von 24 Stunden bearbeitet.

- **Vermietung Ferienwohnungen**

Seit einigen Jahren blieb die Anzahl der über die Direktreservationszentrale buchbaren Ferienwohnungen konstant bei ca. 220 Objekten im Saanenland und in Zweisimmen. Gstaad Saanenland Tourismus ging im Berichtsjahr zwei

wichtige Kooperationen mit namhaften Anbietern in der Ferienwohnungsbranche ein. Dank der Zusammenarbeit mit Interhome und e-domizil konnte die Anzahl Ferienwohnungsbuchungen gehalten und der Umsatz leicht erhöht werden. Die Auswirkungen des starken Frankens sind nach wie vor spürbar. Der Anteil an Internetbuchungen nimmt auf Grund der Zusammenarbeit mit Interhome und e-domizil weiter zu. GST ist bestrebt, die Kooperation auch nach der einjährigen Testphase weiterzuführen.

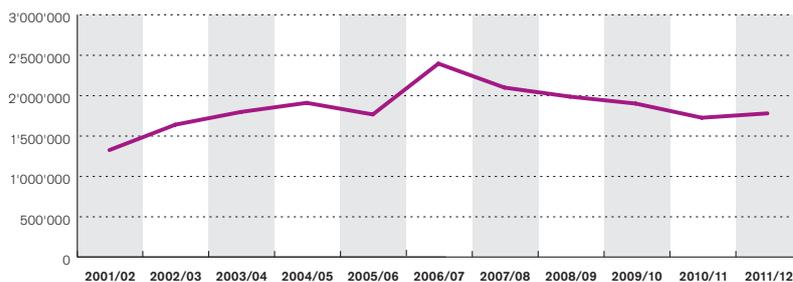
• **Hotel-Reservation**

Dank der neuen Reservationssoftware konnte im Berichtsjahr ein grosser Anteil der Hotels mit sogenannten Channel-Managern direkt an unser System angeschlossen werden. Dies erleichterte einerseits die Arbeit der Hoteliers und führte andererseits zu den erhofften zusätzlichen Kontingenten im GST-Reservationssystem. Ein Channel-Manager sorgt für die Verteilung der Kontingente auf den verschiedenen Verkaufskanälen. GST verfügt erstmals über die selben Verfügbarkeiten wie die grossen Online-Plattformen (booking.com u.a.). Im Geschäftsjahr erfolgten 508 Buchungen, was eine Zunahme von 9 % bedeutet.

• **Gruppen- und Firmenanfragen**

Im Berichtsjahr wurden 102 Anfragen bearbeitet. Diese führten zu 37 Buchungen. Die Abschlussquote konnte auf 36 % erhöht werden.

Mehrfjahresvergleich Umsatz ab 2001/02



**Herausgegriffen**

• **Entwicklung Direktreservation**

Im Berichtsjahr nahm der Direktreservationsumsatz gegenüber dem Vorjahr um 3.3 % zu. Bei den Ferienwohnungen wuchsen die Umsätze um 2.5 %, bei den Hotels um 8 %.

• **Reservationen online**

Der prozentuale Anteil an Online-Buchungen stieg im Berichtsjahr im Vergleich zum Vorjahr um 5 %. Grund für diese Zunahme ist die Zusammenarbeit mit Interhome und e-domizil.



Ramona Oehri  
Info Center & Reservation



Madlen Carini  
Info Center & Reservation

## Mitarbeiter

(Stand 31.10.12)



Andreas Zoppas  
Leiter Guest Relations



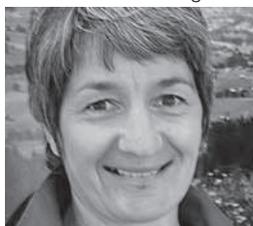
Lisa Föh  
Leiterin Tourismusbüros



Ingrid Reichenbach  
Stv. Leiterin Tourismusbüros



Barbara Rubin  
Fachleiterin Ticketing



Marlis von Grünigen  
Schalter/Ticketing



Yannick Blattner  
Schalter/Ticketing

## 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. Bei den Besucherzahlen ist ein Rückgang von ca. 10 % zu verzeichnen (am Standort Gstaad). Der einzelne Besucher nimmt jedoch auf Grund des breiten Angebots bei der Beratung mehr Zeit in Anspruch.

#### • Beratungs- und Verkaufsleistungen

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

##### Gstaad

Gstaad ist die Hauptanlaufstelle für touristische Information und Auskünfte. Am Schalter erfolgen Reservationen von Hotels und Ferienwohnungen (in Zusammenarbeit mit der Direktreservation), der Abonnement- und Ticketverkauf für die Bergbahnen (GMR) und diverse Veranstaltungen. Der Schalter Gstaad verkauft ein breites Angebot an Boutique-Artikeln, Büchern, Wanderkarten, Parkkarten und Fischerpatenten. Das Angebot der Boutique-Artikel wurde aufgewertet, verbessert und ist neu auch in einem Web-Shop erhältlich. Der neue Gstaad-Hoodie (Kapuzenpullover) hat sich als Verkaufsschlager etabliert.

##### Saanen

Das Saanen Dorf wird seit der Umfahrung und der Umgestaltung (Parkhausbau) erfreulicherweise wieder stärker frequentiert. 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.

##### 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 Goldenpass-Linie.

Die Boutique-Artikel sind neu auch im Web-Shop verfügbar.





Mit dem neuen SuperPass erweiterte sich die Palette der Bergbahntickets im Vorverkauf.

**Schönried, Gsteig, Lauenen, Turbach und Abländschen**

In Lauenen und Gsteig befindet sich die Anlaufstelle für touristische Informationen in den Filialen der Saanen Bank. Der Bahnhof Schönried ist zugleich auch Tourismusbüro und bietet die komplette Palette touristischer Informationen an. In Turbach und Abländschen werden die Infostellen vom jeweiligen Verantwortlichen zu Hause betreut.

**Herausgegriffen**

• **Tourismusbüro Schönried**

Die Zusammenarbeit mit Goldenpass im Bahnhof Schönried hat sich bewährt. Die Verantwortlichen sind bestrebt, das Angebot weiter zu verbessern und den Ansprüchen der Gäste und Einheimischen anzupassen. Die verantwortliche Goldenpass-Mitarbeiterin ist im GST-Team gut integriert und nimmt als Sekretärin der Dorfgeneration Schönried regelmässig an deren Sitzungen teil.

• **Ticketing**

Das Büro Gstaad nahm im Mandatsverhältnis Ticketverkaufsleistungen für folgende Partner wahr: Grossveranstaltungen wie Menuhin Festival, Crédit Agricole Suisse Open Gstaad, Beachvolleyball World Tour, Country Night, Sommets Musicaux sowie für weitere lokale und nationale Veranstaltungen (Ticket Corner).

• **Erfolg beim Zusammenschluss von zwei Geschäftsbereichen**

Der Zusammenschluss der beiden Bereiche Direktreservation und Gästeberatung & Tourismusbüros zeigte die erhofft positive Wirkung. Abläufe konnten vereinfacht und Synergien genutzt werden. Die beiden Kadermitarbeiterinnen Lisa Fäh (Schalter) und Susanne Brechbühl (Direktreservation) haben sich bestens in ihren neuen Funktionen eingelebt und trugen viel zur Umsetzung bei.



Sina Reinhard  
Schalter / Info Center



Corinne Bürki  
TB Saanen



Agnes Wyss  
TB Saanenmöser



Jolanda Romang  
TB Turbach



Franziska Ueltschi  
TB Schönried



Elisabeth Brand  
TB Lauenen



Angelica Perreten  
TB Saanenmöser



Irene Kappeler  
Schalter/Info Center



Hanspeter Dänzer  
TB Abländschen



Kathrin Hauswirth  
TB Gsteig



Gemeinsamer Rückblick auf eine erfolgreiche Saison: Das GST-Loipenteam war während 1'342 Stunden auch bei Schneesturm und grosser Kälte unterwegs.

## Mitarbeiter

(Stand 31.10.12)



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 4-köpfigen Werkgruppe und der Hilfe von Dritten mehrere touristische Gäste-Infrastrukturen in den drei Gemeinden Saanen, Gsteig und Lauenen.

#### • Betrieb von Infrastrukturen

##### Wanderwege

Im Saanenland werden die Sommerwanderwege von den Gemeinde-Mitarbeitern unterhalten. Die 120 km Winterwanderwege werden jedoch von GST-Mitarbeitern gepflegt. In Zusammenarbeit mit verschiedenen Subunternehmern waren wir während 2'685 (Vorjahr 1'510) Stunden an sieben Tagen die Woche unterwegs. Das GST-Team war während 1'253 (1'020) Stunden am Schneeräumen, Eispickeln und Sandstreuen. Neu werden 60 % aller Winterwanderwege gepresst, d.h. mit einer Pistenmaschine gespurt.

##### Langlaufloipen

Im Saanenland werden in 4 Tälern total 52 Loipen-Kilometer (klassisch und skating) gespurt. Das GST-Team war während 1'342 (1'072) Stunden auch bei Schneesturm und grosser Kälte unterwegs. Die Loipen waren an 111 (87) Tagen geöffnet. Verkauft wurden 664 (566) CH-Saisonpässe und 3'624 (2'820) Tageskarten.

##### Kinderspielplätze

Für den Unterhalt wie Rasenmähen, Abfallentsorgen, Hundekot entfernen etc. wurden im letzten Sommer 728 Stunden geleistet. Die 22 Kinderspielplätze der Destination stehen Gästen und Einheimischen gratis zur Verfügung.

### Feuerstellen und Ruhebänke

Für die Sicherstellung der Sauberkeit und das Auffüllen mit Brennholz der 24 öffentlichen Feuerstellen und das Instandhalten der über 220 Ruhebänke wurden 1'492 (1'224) Arbeitsstunden aufgewendet. Der letztes Jahr beanstandete Vandalismus hat glücklicherweise nachgelassen, herzlichen Dank an die Ordnungshüter, die vermehrt Kontrollen durchgeführt haben.

### • Events

Für viele kleine Veranstaltungen werden jeweils Bühnen, Kassenhäuschen, Tische und Stühle aufgestellt. Bei der Brocante in Saanen z.B. bauen GST-Mitarbeiter jeweils alle 45 Märetstände auf und wieder ab.

### • Camping Saanen

Die Pächterin Bettina Schopfer führt unseren Camping seit 2009. Viele Gäste freuen sich am gut unterhaltenen Platz und dem zweckmässig eingerichteten Sanitärhäuschen. Merci Bettina für deinen Einsatz.

### Herausgegriffen

#### • Präparierung Winterwanderwege

Der Panoramaweg zwischen Saanenmöser und Schönried wird nicht mehr schwarz geräumt, sondern neu mit der Pistenmaschine gepresst. Er wird also gleich unterhalten wie die Winterwanderwege von Schönried nach Saanen oder nach Gstaad bzw. der 14 km lange Winterwanderweg vom Hotel Bellerive im Ebnit bis ins Gsteig. Diese Art von Präparierung erlaubt eine freie Linienwahl über sonnige Matten. Als Dank, dass die Eigentümer und Pächter ihr Weideland für diesen Zweck gratis zur Verfügung stellen, wurde allen ein kleines Geschenk überreicht.



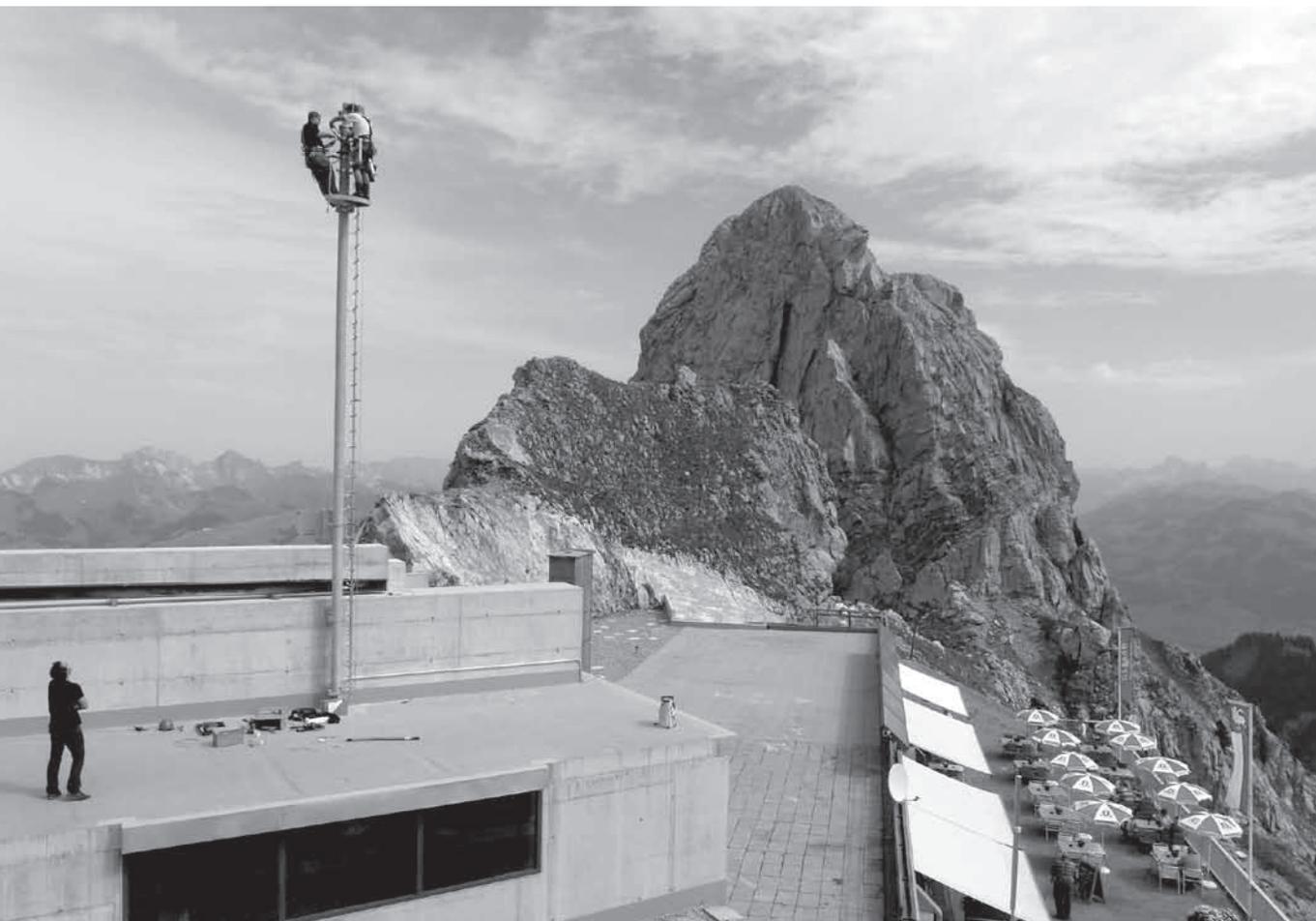
Markus Schwizgebel  
Mitarbeiter Werkgruppe



Heinz Weber  
Mitarbeiter Werkgruppe



Bei der Brocante in Saanen bauen die GST-Mitarbeiter sämtliche Stände auf.



Spektakuläre Bilder: sowohl bei der Montage auf La Videmanette als auch von der neuen Webcam selbst.

## Mitarbeiter

(Stand 31.10.12)



Michel Matti  
Leiter Finanzen &  
Administration / IT



Karin Hauswirth  
Leiterin Rechnungswesen

## 2. TÄTIGKEITSBERICHT

### 2.9. Finanzen, Administration & Informatik-Dienste

#### Aufgaben und Aktivitäten

Der Bereich Finanzen und Administration nimmt folgende Aufgaben wahr:

- **Zahlungsverkehr und Rechnungswesen**

Die Abwicklung des Gstaad Saanenland Tourismus Zahlungsverkehrs sowie die Betriebs- und Finanzbuchhaltung sind die Kernaufgaben des Bereichs. Darüber hinaus werden aber auch Abrechnungen diverser Teilrechnungen und Mandate wahrgenommen, z.B. Welcome-Card-System, Gstaad easyaccess card, Event-Ticketing, Swiss Open AG, «Gstaad 2020+».

Einige Kennzahlen aus dem Finanz- und Rechnungswesen: 2'034 bezahlte Kreditorenrechnungen, 9'018 bearbeitete Debitorenrechnungen, 2'519 Rechnungen für Kurtaxenpauschalen sowie 1'746 Rechnungen für Tourismusförderungsabgabe.

- **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**

Gstaad Saanenland Tourismus beschäftigte im letzten Geschäftsjahr 37 Mitarbeitende auf 35.5 Stellenprozent verteilt. Der Mitarbeiterwechsel ist im Dienstleistungssektor recht hoch. Im vergangenen Geschäftsjahr haben 10 Mitarbeitende GST verlassen, was genau dem Mittel der vergangenen 10 Jahre entspricht. Die durchschnittliche Anstellungsdauer beträgt 4.4 Jahre.

- **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 Aussenstellen und mehr als 100 Netzgeräten. Die im Frühling 2010 in Betrieb genommene 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

- **Panorama-Bilder von La Videmanette**

Spektakuläre 360°-Panoramabilder vom 2'130 m hoch gelegenen La Videmanette-Felsengrat liefert die neue Webcam, die Gstaad Saanenland Tourismus und die Bergbahnen Destination Gstaad AG im August 2012 auf La Videmanette installierten. Der 10 Meter hohe Mast für die Webcam wurde mit dem Heli eingeflogen. Die Livebilder in HD-Qualität werden auch im Schweizer Fernsehen ausgestrahlt – auf dem Wetterkanal von SRF und RTS. Es ist der siebte Webcam-Standort in der Feriendestination.



Ramona Oehri  
Kurtaxen



Adrian Naegeli  
Leiter Informatik-Dienste



Simon Reuteler  
Informatik-Dienste /  
E-Marketing



Irma Oehri  
Reinigungsdienst

## Lehrlinge

(Stand 31.10.12)



Zoé Amiet  
3. Lehrjahr



Fiona Würsten  
3. Lehrjahr



Mara Milani  
2. Lehrjahr



Lara Ziörjen  
2. Lehrjahr



Yannic Schwenter  
1. Lehrjahr



Nicolas Zürcher  
1. Lehrjahr



Ein gemeinsamer Skitag fördert den Zusammenhalt der Lehrlinge.

## 2. TÄTIGKEITSBERICHT

### 2.10. Lehrlings-Ausbildung

Im Berichtsjahr wurden im GST sechs kaufmännische Lehrlinge und eine Marketing-Praktikantin aus- und weitergebildet. Die Lehrlinge eignen sich während der Ausbildungszeit ein fundiertes Fachwissen in den verschiedenen Abteilungen an. Bereits bei Stellenantritt sind die Lehrlinge ein wichtiger Bestandteil des GST-Teams und werden ab dem ersten Arbeitstag an der Front eingesetzt.

#### Herausgegriffen

Im vergangenen Geschäftsjahr wurde erstmals ein gemeinsamer Skitag für die Lehrlinge organisiert und trotz dichtem Nebel im Skigebiet Les Diablerets-Villars durchgeführt.



Simona Rytz und Sina Reinhard haben erfolgreich ihre Lehrzeit beim GST abgeschlossen.

## 2. TÄTIGKEITSBERICHT

### 2.11. Dorforganismen

#### Aufgaben und Aktivitäten

Gstaad Saanenland Tourismus verfügt in jedem Dorf der Ferienregion 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

Der in den Medien prognostizierte Gästerückgang hielt sich sicher auch dank der super Bedingungen in Grenzen. Zur touristischen Belebung des blumenreichen Frühlings sind Visionen gefragt. Im Sommer feierte Gstaad wie andere Dörfer im Saanenland seinen 700-jährigen Geburtstag. Ein grandioses Fest am 1. August belebte das Dorf. Ohne die Mithilfe von Mitgliedern, Freiwilligen und Sponsoren wären dieses Fest und andere Anlässe im Dorf nicht möglich gewesen. Zuversichtlich schaut die Dorforganismen auf einen positiven und konstruktiven Austausch hinsichtlich der Entwicklung der Destination – dies insbesondere mit Blick auf die Projekte «Gstaad 2020+» und «Les Arts Gstaad».

#### Saanen

Saanen erlebt, zusammen mit dem privaten Wohnungsbau, bestimmt eine noch nie dagewesene Bautätigkeit. Ende März wurden die Bauarbeiten für die Einstellhalle in Angriff genommen. Die Eröffnung ist für Herbst 2013 geplant. Der Bau des Alterszentrums und der Abbruch/Neubau des Hotels Spitzhorn fielen mit dem Baubeginn des Parkhauses und der Überbauung «von Grünigen Matte» zusammen. Mit der neuen Koordinationsstelle gab es vieles zu diskutieren. Die wichtigste Aufgabe war, die Projektgruppe Marketing Sanona mit «Gstaad 2020+», der Dorforganismen und Saanen Aktiv zusammenzubringen. Die Brocante vom 4. August war einmal mehr ein grossartiger Anlass. Ein Grosserfolg war die 14. Berner Alpkäsemeisterschaft im September. Weitere erfolgreiche Anlässe waren das von Arnold Welten organisierte Länderfest und die Jubiläumsschau «75 Jahre Viehzuchtgenossenschaft Saanen». Neu ist der Kinderspielplatz im Bänkgärtli.

#### Schönried

Die Dorforganismen war bestrebt, Massnahmen zur Verkehrsberuhigung und zur Verschönerung des Ortsbildes nicht ausser Acht zu lassen, denn durch das Echte und Natürliche kommt bei Aufenthaltern in der Region das Gefühl von «zu Hause sein» auf. Die schwarze Langlaufloipe erhielt eine deutliche Verbesserung. Zu den zahlreichen Anlässen im Dorf gehörten unter anderem die beiden FIS-Slaloms im Januar, der Grossanlass «Migros-Grandprix», das «Sie & Er»-Rennen, das Schülerskirennen, aber auch das «Schneemaa Boue», das Super-Lotto-Match und nicht zuletzt das Rellerli Alp-Schwinget. Stimmungsvoll war auch die 1. Augustfeier.





### **Saanenmöser**

Die Mösner und Mitglieder des Dorfvereins stehen mit grosser Mehrheit hinter dem Anliegen, das alte Funi an das Verkehrshaus Luzern abzugeben. So wurden die Verhandlungen mit den Vertretern des Verkehrshauses intensiviert. Das Funi muss kostenintensiv renoviert werden. GST wird das Projekt weiterführen. Am Tag der «Dorf-Brätle» war das Wetter unbeständig und fand deshalb im alten Stall von Heidi & Miggi Schopfer statt. Eine Spende von CHF 2'520 wurde dem Dorfladen überreicht, um das Erscheinungsbild attraktiver zu gestalten. Am 1. August fand der alljährliche Dorfmarit statt. Zum zweiten Mal wurde der Alpabzug vom Hornberg organisiert. Mit dem «Le Petit Relais», verfügt das Dorf neu über ein modernes 2-Sterne-Hotel.

### **Gsteig/Feutersoey**

Gsteig erlebte ein gelungenes Jubiläumsjahr. Mit zahlreichen Anlässen wurden 100 Jahre Tourismus Gsteig und 700 Jahre Dorfgeschichte gebührend gefeiert: Abesitze in Feutersoey, Fotoausstellungen, Jubiläumsbuch «Gsteig Feutersoey früher und heute», Grenzwanderung, Kulturplatz Gsteig, Gsteigiade, Unterhaltungsabend «Iheimisches», Jubiläumsgottesdienst und Brunch im Festzelt mit Festansprachen. Das Dorf wurde für den Glacier 3000 Run dekoriert. Der Gsteig-Märet war sehr gut besucht. Der Arnenseekurs wurde aufgehoben. Für das Touristenlager konnte eine neue Lösung gefunden werden. Die Dorfgeneration ist nun auch auf Facebook vertreten.

### **Lauenen**

Am Gästeapéro nahmen zahlreiche Leute teil, es ist eine gute Gelegenheit zum Gedankenaustausch. Am 1. August konnte Lauenen mit dem neuen Register wieder einmal Stammgäste begrüßen. Im Geltenhorn wird wieder gewirtet. Ein Dank geht an alle Bauern im Tal und Küher auf den Alpen für ihren grossen Beitrag zur gepflegten Kultur- und Naturlandschaft.

### **Turbach**

Es war ein Bilderbuch-Winter. Die Loipe und der Winterwanderweg lockte viele Gäste an. Auch die Zahl der Schneeschuhläufer nimmt stetig zu. Der Samichlaus begrüßte rund 50 Kinder. Im Winteranlass erzählte Armin Oehrli Bergführer-Geschichten. Die 1. August-Feier fand traditionell in der Wintermatte statt. Am 9. September wurde der Dorfjubiläum 700 Jahre Turbach gross gefeiert. Archivar Benz Hauswirth erzählte interessante Details zum Saanenland.

### **Abländschen**

Die Dorfgeneration betrauert den Tod des langjährigen Präsidenten Robert Dänzer. Vizepräsident Hanspeter Dänzer wurde sein Nachfolger. Zwei neue Mitglieder konnten in den Vorstand aufgenommen werden. Am 1. August wurde auf ein Feuer verzichtet, dafür gab es am 1. Januar einen Umtrunk zum Jahreswechsel.

# 3. JAHRESRECHNUNG 2011/12



## 3.1. Bilanz

|                                   | Bilanz 01.11.11  |             | Bilanz 31.10.12  |             |
|-----------------------------------|------------------|-------------|------------------|-------------|
| <b>AKTIVEN</b>                    | <b>6'571'394</b> | <b>100%</b> | <b>6'677'203</b> | <b>100%</b> |
| <b>UMLAUFVERMÖGEN</b>             | 1'018'785        | 15.5%       | 1'137'198        | 17.0%       |
| Flüssige Mittel                   | 36'695           | 0.6%        | 234'664          | 3.5%        |
| Forderungen                       | 873'216          | 13.3%       | 719'648          | 10.8%       |
| Warenvorräte                      | 67'724           | 1.0%        | 126'778          | 1.9%        |
| Aktive Rechnungsabgrenzung        | 41'150           | 0.6%        | 56'107           | 0.8%        |
| <b>ANLAGEVERMÖGEN</b>             | 5'552'609        | 84.5%       | 5'540'005        | 83.0%       |
| Finanzanlagen                     | 20'100           | 0.3%        | 40'000           | 0.6%        |
| Mobile Sachanlagen                | 55'004           | 0.8%        | 50'004           | 0.7%        |
| Fahrzeuge                         | 10'500           | 0.2%        | 100'000          | 1.5%        |
| Immobilien Haus des Gastes        | 3'450'000        | 52.5%       | 3'350'000        | 50.2%       |
| Übrige Immobilien                 | 2'017'005        | 30.7%       | 2'000'001        | 30.0%       |
| <b>PASSIVEN</b>                   | <b>6'571'394</b> | <b>100%</b> | <b>6'677'203</b> | <b>100%</b> |
| <b>KURZFRISTIGES FREMDKAPITAL</b> | 2'052'167        | 31.2%       | 1'957'967        | 29.3%       |
| Kurzfristiges Fremdkapital        | 1'502'777        | 22.9%       | 1'184'068        | 17.7%       |
| Passive Rechnungsabgrenzung       | 549'390          | 8.4%        | 773'899          | 11.6%       |
| <b>LANGFRISTIGES FREMDKAPITAL</b> | 3'391'650        | 51.6%       | 3'569'850        | 53.5%       |
| Darlehen öffentliche Hand         | 500'000          | 7.6%        | 485'000          | 7.3%        |
| Hypotheken / Bankkredite          | 2'567'000        | 39.1%       | 2'567'000        | 38.4%       |
| Rückstellungen langfristig        | 324'650          | 4.9%        | 517'850          | 7.8%        |
| <b>EIGENKAPITAL</b>               | 1'127'577        | 17.2%       | 1'112'862        | 16.7%       |
| Vereinsvermögen                   | 936'961          | 14.3%       | 936'961          | 14.0%       |
| Kontokorrent Dorforganisationen   | 190'616          | 2.9%        | 175'901          | 2.6%        |
| <b>GEWINN</b>                     | -                | 0.0%        | 36'524           | 0.5%        |

## 3.

## JAHRESRECHNUNG 2011/12

## 3.2. Erfolgsrechnung

|                                   | «Rechnung<br>2009/10» | «Rechnung<br>2010/11» | «Rechnung<br>2011/12» |
|-----------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| <b>BETRIEBSERTRAG</b>             | <b>10'576'911</b>     | <b>10'162'569</b>     | <b>10'851'147</b>     |
| Ticket- und Warenverkauf          | 1'796'648             | 1'661'611             | 1'651'359             |
| Kurtaxen netto                    | 2'570'209             | 2'552'478             | 2'545'473             |
| Marketingleistungen               | 66'985                | 32'388                | 12'277                |
| Gemeinde- & Kantonsbeiträge       | 1'125'791             | 1'113'343             | 1'741'413             |
| Tourismusförderungsabgabe         | 1'296'454             | 1'286'452             | 1'308'649             |
| Direktreservation                 | 1'917'053             | 1'764'617             | 1'808'491             |
| Übrige Dienstleistungen           | 355'642               | 301'937               | 321'850               |
| Liegenschaften                    | 378'360               | 382'416               | 352'639               |
| Welcome- & easyaccess cards       | 869'573               | 862'540               | 867'229               |
| Dorforganisationen                | 200'196               | 204'787               | 241'768               |
| <b>SACHAUFWAND BETRIEB</b>        | <b>6'377'839</b>      | <b>6'120'686</b>      | <b>6'737'189</b>      |
| Ticket- und Warenaufwand          | 1'619'810             | 1'477'732             | 1'465'697             |
| Gäste Information und Animation   | 134'721               | 148'841               | 128'731               |
| Touristische Infrastrukturen      | 312'988               | 276'703               | 351'488               |
| Marketing und Projekte            | 1'503'198             | 1'566'765             | 2'052'978             |
| Direktreservation                 | 1'737'352             | 1'583'317             | 1'629'298             |
| Welcome- & easyaccess cards       | 869'573               | 862'540               | 867'229               |
| Dorforganisationen                | 200'196               | 204'787               | 241'768               |
| <b>BRUTTOERGEBNIS 1</b>           | <b>4'199'072</b>      | <b>4'041'883</b>      | <b>4'113'958</b>      |
| <b>MITARBEITERAUFWAND</b>         | <b>2'829'955</b>      | <b>2'727'821</b>      | <b>2'775'772</b>      |
| <b>BRUTTOERGEBNIS 2</b>           | <b>1'369'116</b>      | <b>1'314'062</b>      | <b>1'338'186</b>      |
| <b>SONSTIGER BETRIEBSAUFWAND</b>  | <b>1'187'789</b>      | <b>1'115'797</b>      | <b>1'100'717</b>      |
| Raum-, IT- & Administrativaufwand | 872'581               | 836'822               | 827'951               |
| Liegenschaftsaufwand              | 315'208               | 278'974               | 272'766               |
| <b>BETRIEBSERGEBNIS EBITDA</b>    | <b>181'328</b>        | <b>198'266</b>        | <b>237'468</b>        |
| <b>FINANZERFOLG</b>               | <b>168'439</b>        | <b>184'707</b>        | <b>200'945</b>        |
| Finanz-, Zins- & Leasingaufwand   | 79'991                | 129'811               | 90'908                |
| Abschreibungen auf Sachanlagen    | 95'170                | 70'216                | 192'823               |
| Neutraler Erfolg                  | -6'722                | -15'320               | -82'787               |
| <b>UNTERNEHMENSGEWINN</b>         | <b>12'889</b>         | <b>13'558</b>         | <b>36'524</b>         |
| <b>CASH FLOW</b>                  | <b>280'059</b>        | <b>206'240</b>        | <b>347'351</b>        |

## 3.

## JAHRESRECHNUNG 2011/12

## 3.3. Detail öffentlich-rechtliche Erträge

|                                    | «Rechnung<br>2009/10» | «Rechnung<br>2010/11» | «Rechnung<br>2011/12» |
|------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| <b>KURTAXEN NETTO</b>              | <b>2'570'209</b>      | <b>2'552'478</b>      | <b>2'545'473</b>      |
| <b>ERTRAG KURTAXEN BRUTTO</b>      | <b>2'698'720</b>      | <b>2'680'102</b>      | <b>2'672'719</b>      |
| Ertrag Kurtaxen HOTEL              | 958'275               | 879'790               | 858'448               |
| Ertrag Krtx Gruppen / Camping      | 122'881               | 136'806               | 138'232               |
| Ertrag Kurtaxenpauschalen          | 1'617'564             | 1'663'506             | 1'676'039             |
| ./.. Anteil Kurtaxen easyaccess    | -128'511              | -127'624              | -127'246              |
| <b>GEMEINDEN &amp; KANTON BERN</b> | <b>1'125'791</b>      | <b>1'113'343</b>      | <b>1'741'413</b>      |
| Gemeindebeitrag Saanen             | 750'000               | 750'000               | 1'250'000             |
| Gemeindebeitrag Lauenen            | 40'000                | 40'000                | 90'000                |
| Gemeindebeitrag Gsteig             | 30'000                | 30'000                | 80'000                |
| Gemeindebeitrag Zweisimmen         | 60'000                | 60'000                | 90'000                |
| Kt. Bern Beherbergungsabgabe       | 245'791               | 233'343               | 231'413               |
| <b>TOURISMUSFÖRDERUNGSABGABE</b>   | <b>1'296'454</b>      | <b>1'286'452</b>      | <b>1'308'649</b>      |
| Auswärtige Geschäftsbeiträge       | 29'841                | 27'485                | 28'035                |
| TFA Saanen / Lauenen / Gsteig      | 959'613               | 951'967               | 953'614               |
| TFA Beitrag Hotelierverein         | 240'000               | 240'000               | 260'000               |
| TFA Zweisimmen                     | 67'000                | 67'000                | 67'000                |

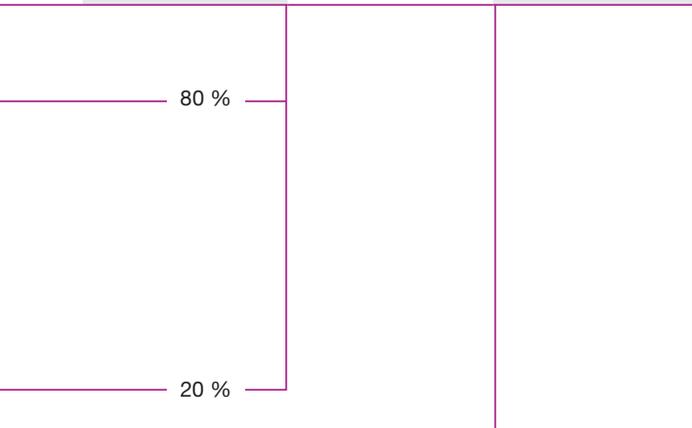
## 3.

## JAHRESRECHNUNG 2011/12

**3.4. Kostenstellenrechnung** (Kurtaxen – Tourismusförderung – Gemeindebeitragsrechnung)

|  | Total            | Gästeberatung<br>Ticketing | Events<br>(inkl. Beiträge) | Infrastrukturen |
|--|------------------|----------------------------|----------------------------|-----------------|
| <b>BETRIEBSERTRÄGE NETTO</b>   |                  |                            |                            |                 |
| Nettoergebnis Warenverkauf   | 18'587           | 18'587                     | -                          | -               |
| Dienstleistungserträge   | 462'934          | 107'943                    | 21'358                     | 119'923         |
| Kommissionsertrag Direktreservation  | 179'193          | -                          | -                          | -               |
| Umteilung Gemeink. Erträge   | -                | 11'143                     | 12'804                     | 71'895          |
| <b>Total Betriebserträge vor Kurtaxen und Gemeindebeiträgen</b>                                | <b>660'713</b>   | <b>137'673</b>             | <b>34'163</b>              | <b>191'818</b>  |
| <b>BETRIEBSAUFWAND NETTO</b>   |                  |                            |                            |                 |
| Mitarbeiteraufwand   | 2'775'772        | 601'041                    | 26'161                     | 289'378         |
| Sachkosten, Büro- & Kommunikationsaufwand  | 2'990'160        | 287'385                    | 208'920                    | 424'190         |
| Nettoergebnis Liegenschaften   | 155'100          | 176'012                    | 19'331                     | 35'194          |
| Abschreibungen, Zinsaufwand und Neutraler Erfolg   | 298'693          | 45'709                     | 15'499                     | 96'839          |
| Gemeinkostenanteil Finanzen und Administration   | -                | 142'025                    | 24'805                     | 77'712          |
| <b>Total Betriebsaufwand</b>   | <b>6'219'725</b> | <b>1'252'172</b>           | <b>294'716</b>             | <b>923'313</b>  |
| <b>Durch zweckbestimmte Beiträge zu deckender Betriebsaufwand (Kurtaxen, TFA und Gemeinde)</b> | <b>5'559'012</b> | <b>1'114'499</b>           | <b>260'553</b>             | <b>731'495</b>  |
| Kurtaxenerträge  | 2'545'473        |                            |                            |                 |
| ./. Durch Kurtaxen zu deckender Betriebsaufwand (Information und Reservation 80%)              | -2'451'628       |                            |                            |                 |
| <b>Überdeckung Kurtaxen (Kurtaxenbenefit)</b>  | <b>93'845</b>    |                            |                            |                 |
| <b>Verwendung zweckbestimmte Beiträge (TFA und Gemeinde)</b>                                   |                  |                            |                            |                 |
| Erträge Tourismusförderungsabgabe (TFA)  | 1'308'649        |                            |                            |                 |
| Gemeindebeitrag Marketing  | 1'130'000        |                            |                            |                 |
| Kantonsbeitrag Marketing   | 231'413          |                            |                            |                 |
| ./. 20% Anteil von Information / Reservation   | -86'270          |                            |                            |                 |
| ./. Aufwände Marketing und PR / externe Projekte   | -3'021'114       |                            |                            |                 |
| <b>Unterdeckung Marketing und Verkauf</b>  | <b>-437'322</b>  |                            |                            |                 |
| Gemeindebeiträge nicht zweckbestimmt   | 380'000          |                            |                            |                 |
| ./. Überdeckung Kurtaxen (Kurtaxenbenefit)   | 93'845           |                            |                            |                 |
| ./. Unterdeckung Marketing und Verkauf   | -437'322         |                            |                            |                 |
| <b>UNTERNEHMENSGEWINN</b>  | <b>36'524</b>    |                            |                            |                 |

|  | Info Center<br>Reservation | Marketing / PR   | Destinations-<br>management<br>Projekte | Gemeinkosten:<br>GL / IT / Finanzen<br>Administration |
|--|----------------------------|------------------|---|---|
|  | -                          | -                | -                                       | -   |
|  | -                          | 81'833           | -                                       | 131'876   |
|  | 179'193                    | -                | -                                       | -   |
|  | -                          | 36'034           | -                                       | -131'876  |
|  | <b>179'193</b>             | <b>117'866</b>   | -                                       | -   |
|  | 353'932                    | 757'598          | 130'727                                 | 616'934   |
|  | 100'517                    | 1'798'310        | 11'449                                  | 159'391   |
|  | 82'277                     | 77'323           | 19'331                                  | -254'368  |
|  | 22'431                     | 114'909          | 1'768                                   | 1'538   |
|  | 51'388                     | 252'560          | -24'995                                 | -523'495  |
|  | <b>610'544</b>             | <b>3'000'700</b> | <b>138'280</b>                          | -   |
|  | <b>431'351</b>             | <b>2'882'834</b> | <b>138'280</b>                          | -   |



## 3.

## JAHRESRECHNUNG 2011/12

## 3.5. Abschreibungstabelle

|                                   | Bilanzwert    | Zuwachs       | Wert per                    | Abschreibungen per |              | Bilanzwert    |
|-----------------------------------|---------------|---------------|-----------------------------|--------------------|--------------|---------------|
|                                   | 01.11.2011    | 11/12         | 31.10.2012                  | 31.10.2012         |              | 01.11.2012    |
| <b>ANLAGEVERMÖGEN</b>             | 5'552'609     | 298'223       | 5'850'832                   | 310'827            | 5.3%         | 5'540'005     |
| <b>WERTSCHRIFTEN</b>              | <b>20'100</b> | <b>60'000</b> | <b>80'100</b>               | <b>40'100</b>      | <b>50.1%</b> | <b>40'000</b> |
| MOBILE Sachanlagen                | 55'004        | 51'528        | 106'532                     | 56'528             | 53.1%        | 50'004        |
| Büromobilien                      | 5'000         | 16'402        | 21'402                      | 11'402             | 53.3%        | 10'000        |
| EDV-Anlagen                       | 50'000        | 35'127        | 85'127                      | 45'127             | 53.0%        | 40'000        |
| Büromaschinen                     | 1             | -             | 1                           | -                  | 0.0%         | 1             |
| Maschinen                         | 1             | -             | 1                           | -                  | 0.0%         | 1             |
| Werkzeug                          | 1             | -             | 1                           | -                  | 0.0%         | 1             |
| Mobilien Whg S'möser              | 1             | -             | 1                           | -                  | 0.0%         | 1             |
|                                   |               |               | -                           |                    |              |               |
| FAHRZEUGE                         | 10'500        | 185'695       | 196'195                     | 96'195             | 49.0%        | 100'000       |
| Fahrzeuge                         | 500           | 59'074        | 59'574                      | 29'574             | 49.6%        | 30'000        |
| Werkfahrzeug                      | 10'000        | 126'621       | 136'621                     | 66'621             | 48.8%        | 70'000        |
| IMMOBILIEN SACHANLAGEN            | 5'467'005     | 1'000         | 5'468'005                   | 118'004            | 2.2%         | 5'350'001     |
| Immob. Haus des Gastes            | 4'900'000     | -             | 4'900'000                   | 100'000            | 2.9%         | 4'800'000     |
| Immobilien Beitrag öff. Hand      | -1'450'000    | -             | -1'450'000                  |                    |              | -1'450'000    |
| Lageraum Rotli Gstaad             | 250'000       | -             | 250'000                     | -                  | 0.0%         | 250'000       |
| Spiel-+Sportanlagen Gstaad/Saanen | 40'000        | -             | 40'000                      | -                  | 0.0%         | 40'000        |
| Campingplatz Saanen               | 1'117'000     | 1'000         | 1'118'000                   | 18'000             | 1.6%         | 1'100'000     |
| Tennisplatz Saanen                | 5             | -             | 5                           | 4                  | 80.0%        | 1             |
| 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       |
|                                   |               |               |                             |                    |              |               |
|                                   |               |               | <b>Total Abschreibungen</b> | <b>310'827</b>     | <b>5.3%</b>  |               |

3.  
JAHRESRECHNUNG 2011/12

**3.6. Bericht der Revisionsstelle**



ribo treuhand ag  
gstaad

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

Gstaad, 21. Januar 2013/JH

**Bericht der Revisionsstelle zur Eingeschränkten Revision  
für die Rechnung 2011/2012**

Sehr geehrte Damen und Herren

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz und Erfolgsrechnung) des Vereins Gstaad Saanenland Tourismus für das am 31. Oktober 2012 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

ppa. L. Bieri  
L. Bieri  
Revisorin

### 3.7. Bericht der Geschäftsprüfungskommission

Die Geschäftsprüfungskommission hat im Geschäftsjahr 2011/2012 drei Sitzungen durchgeführt. Den Mitgliedern der Geschäftsprüfungskommission standen als Arbeitsunterlagen die Sitzungsprotokolle des GST-Vorstandes, die Vorstands-Informationspapiere der Geschäftsleitung, die Controlling-Berichte der T & R Oberland AG, die Budgets und die Geschäftsabschlüsse sowie der Revisorenbericht der RIBO Treuhand AG zur Verfügung. An den GPK-Sitzungen nahmen neben den GPK-Mitgliedern der Vertreter des Vorstandes, Herr Andreas Hurni, sowie der Direktor, Herr Martin Bachofner, teil.

Gestützt auf Art. 18 der Statuten GST 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 Überprüfungstätigkeit sowie aufgrund der vollumfänglich einsehbaren Unterlagen, dass insbesondere die Entscheidungsprozesse, Beschlussfassungsvorgänge, Kompetenzregelungen und -ausübungen sowie die Geschäftstätigkeiten im Geschäftsjahr 2011/2012 den GST-Statuten entsprochen haben.

#### 2. Umsetzung der Beschlüsse

Die GPK bestätigt, dass im Geschäftsjahr 2011/2012 die Umsetzung der Beschlüsse innerhalb GST von den verantwortlichen Instanzen termin-, ziel- und fachgerecht erfolgt ist oder – wo eine Umsetzung nicht direkt möglich – an die Hand genommen wurde.

#### 3. Jahresrechnung und Bilanz

Das Geschäftsjahr 2011/2012 bescherte uns einen eher schwierigen Winter (über Weihnachten nach gutem Beginn Tauwetter, im Februar eisige Temperaturen) und war über das ganze Geschäftsjahr einmal mehr geprägt von einem für unseren Tourismus nicht förderlichen, schwachen Eurokurs. Die GPK stellt mit Genugtuung fest, dass das Geschäftsjahr

2011/2012 – trotz der hievor erwähnten, äusseren Einflüsse und Entwicklungen – mit einem positiven Ergebnis abgeschlossen werden konnte. Sowohl die Controlling-Berichte der T & R Oberland AG als auch der Revisionsbericht der RIBO Treuhand AG stellen GST im Bereich ihrer jeweiligen Prüfungsverantwortung ein gutes Zeugnis aus.

Gegen aussen erscheint das abgelaufene Geschäftsjahr als eher unspektakulär. Um einen Stillstand zu vermeiden, ist es gerade in solchen Zeiten wichtig, neue, innovative Ideen zu entwickeln und zur Umsetzung zu bringen. Nur so kann sich unsere heute als herausragend wahrgenommene Tourismusregion nachhaltig weiterentwickeln und im harten Konkurrenzkampf behaupten. GST hat erkannt, dass diesbezüglich – zusätzlich zur rein touristischen Ebene – auch auf der alle Branchen umfassenden, volkswirtschaftlichen Ebene Handlungsbedarf besteht. So wird u.a. durch die Mitgliedschaft und das aktive Mitwirken von GST beim Verein «Gstaad 2020+» angestrebt, der ganzen Region Gstaad-Saenenland mit neuen Inputs und Projekten einen allgemeinen Vorwärtsschub zu verleihen. Die GPK nimmt die vom Vorstand und der Geschäftsleitung eingeschlagene Vorwärtsstrategie mit Genugtuung zur Kenntnis.

Abschliessend dankt die GPK dem Vorstand, der Geschäftsleitung und allen Mitarbeitenden für ihren unermüdlichen Einsatz im Geschäftsjahr 2011/2012.

4. Februar 2013

David Matti, Präsident

# 4. PROTOKOLL DER 19. ORDENTLICHEN HAUPTVERSAMMLUNG 2012

## Hauptversammlung 2012 im Hotel Landhaus Saanen

Datum: 20. März 2012, Hotel Landhaus Saanen, 20.15 bis 21.20 Uhr

Anwesende Vorstandsmitglieder: Andreas Hurni (Präsident), Andrea Scherz (Vizepräsident), Christoph Ringier, Jürg Schwenter, Eric Oehri, Emanuel Raaflaub, Christiane Matti, Hansueli Brand, Günter Weilguni

Der Geschäftsbericht 2010/11 und die Statuten liegen an der Versammlung auf.

Anwesende Mitglieder gemäss Präsenzliste: 120  
Gesamtzahl Anwesende: 150  
Entschuldigungen: Nicole Favre (directrice de Pays-d'Enhaut Tourisme), diverse Privatpersonen

### 1. Begrüssung

Andreas Hurni stellt fest, dass die Versammlung gemäss den Statuten einberufen wurde. Der Geschäftsbericht konnte vorgängig in den Tourismusbüros abgeholt oder im Internet heruntergeladen werden. Es wurden keine weiteren Traktandenwünsche eingereicht.

Präsident Andreas Hurni begrüsst die Vereinsmitglieder, die Präsidenten der Dorforganisationen und die anwesenden Gäste. Speziell erwähnt werden Erich von Siebenthal (Nationalrat), Bethli Küng (Grossrätin), Ruedi Trachsel (Gemeinderatspräsident Lauenen), Martin Marti (Gemeinderatspräsident Gsteig), Aldo Kropf (Gemeinderatspräsident Saanen), Anne Speiser (Gemeinderatspräsidentin Zweisimmen), Michael Teuscher (Regierungsstatthalter), die Präsidenten der Dorforganisationen, Martin Trit-

ten (BECO) und Regierungsrat Andreas Rickenbacher (erscheint später wegen anderer Verpflichtungen). Andreas Hurni dankt für das zahlreiche Erscheinen und weist an dieser Stelle auf das anschliessende Referat von Regierungsrat Rickenbacher, zum Thema Tourismus im Kanton Bern und in der Region Saanenland, hin.

Als Stimmzähler werden Mario Hählen und Ernst Frautschi gewählt.

In seinen einleitenden Worten erwähnt Andreas Hurni die wichtigsten Themen, welche GST im letzten Jahr beschäftigt haben und weiter beschäftigt werden: die Einarbeitung des neuen Direktors, die Umsetzung des Leitbildes von Gstaad in Form der Initiative 2020+ und die Finanzierungsinitiative im Bereich Marketing.

Ein Schwerpunktthema im Berichtsjahr bildete der Direktorenwechsel. Einarbeitungstermine (Februar-März) mit dem Vorstand, dem scheidenden Direktor Roger Seifritz und der Geschäftsleitung von GST führten im Mai zu einer effizienten und reibungslosen Übergabe.

Ein weiteres Thema war die Fortsetzung des Projektes Gstaad 2020+, auf dem Weg zu einem Regionenvertrag. Andreas Hurni stellt die Zusammenarbeit der Partner vor, welche die Umsetzung in verschiedenen Arbeitsgruppen diskutierten. Im Gremium 2020+ wurden alle wichtigen Entscheidungsträger mit einbezogen. Die 7 Arbeitsgruppen machten sich

#### 4.

### PROTOKOLL DER HAUPTVERSAMMLUNG 2012

in zahlreichen Workshops Gedanken über die Zielsetzung, die Rechtsform, die Finanzierung und die Umsetzung von beschlossenen Massnahmen. In den kommenden Jahren wird die Umsetzung der Schwerpunkt dieses Projekts sein. Dies sei der zentrale Aspekt von 2020+, so Andreas Hurni.

### 2. Protokoll der 18. ordentlichen Hauptversammlung vom 15. März 2011

Das im Geschäftsbericht veröffentlichte Protokoll wird einstimmig genehmigt.

### 3. Jahresbericht und Jahresrechnung

#### 3.1 Jahresbericht 2010/11

Direktor Martin Bachofner begrüsst alle Anwesenden und leitet den Jahresbericht mit Hinweisen zur touristischen Lage der Destination im Berichtsjahr ein:

- Im vergangenen Geschäftsjahr verzeichnete die Destination eine leichte Abnahme der Übernachtungen gegenüber dem Vorjahr (-0.5%). Die Ferienwohnungen waren ein stabilisierender Faktor (+2,8%). In der Hotellerie musste man jedoch Einbussen von minus 7,3% hinnehmen. Dies ist zu einem grossen Teil auch auf den Umbau des Hotels Wellness & Spa-Hotel Ermitage in Schönried zurückzuführen (März-Dezember geschlossen). Die Geschäftsleitung hat diese Zahlen mehrfach berechnet und die verschiedenen Faktoren wie die momentane Währungslage mit einbezogen. Auf Grund dieser Gegenrechnungen wurde festgestellt, dass ein Rückgang zwischen minus 3 bis 4% in den Hotels als realistisch erscheint. Dies entspricht in etwa dem Mittel im Berner Oberland. Andere touristische Regionen verzeichneten einen viel grösseren Rückgang. Den Rückgang alleine auf die Schliessung des Hotels Ermitage zurückzuführen wäre aber nicht ganz korrekt. Ebenso mitverantwortlich für das Minus war der starke Rückgang der Gäste aus den europäischen Kernmärkten.

- Im 2011 hatte die Destination Gstaad mit der beinahe Parität des EURO und CHF zu kämpfen. Dies ging nicht spurlos an unserer Destination vorbei. Das Konsumationsverhalten der Gäste in Gastronomie und Detailhandel wurde stark beeinträchtigt.

- Die weltweite Unsicherheit (u.a. Rettung Griechenland) wirkte sich auf die Wirtschaft aus. Anhand einer Grafik verdeutlicht Martin Bachofner im Gegenzug die Zahlen der Wachstumsmärkte.

- Das Wetter im Winter 2010/11 führte allgemein zu Kopfzerbrechen. Niederschläge in Form von Schnee waren Mangelware. Dank der künstlichen Beschneidung und dem Glacier3000 konnten in der Destination Gstaad trotzdem beste Pistenverhältnisse angeboten werden. Martin Bachofner dankt an dieser Stelle allen Beteiligten der Bergbahnen für den unermüdlischen Einsatz und die hervorragende Pistenpräparation.

- Auf einen verregneten Sommer mit Einbussen folgte ein goldener Herbst, welcher den Sommer jedoch nicht zu kompensieren vermochte.

- In der betriebsinternen Reorganisation wurden unter anderem die Geschäftsleitung von 6 auf 5 Mitglieder reduziert und die Bereiche «Information & Reservation» und «Gästeinformation & Tourismusbüros» im neuen Bereich «Gästebeziehungen» vereint. Für diese Reorganisation wurden Arbeitsabläufe geprüft, Doppelspurigkeiten ausgemerzt und die Struktur vereinfacht. Durch die einheitliche Führung des Infocenters und des Schalters steigert sich die Qualität des Service-Angebots. Ausserdem ermöglicht dies eine Fokussierung auf den Marketing-Bereich, welcher fachlich aufgestockt und für die kommenden Herausforderungen fit gemacht wurde.

Martin Bachofner zeigt in der Folge pro Geschäftsbereich von GST einzelne Themenfelder auf:

- Für den Unterhalt der Winterwander-Wege (insgesamt 179 km) wurden im letzten Jahr 1'500 Arbeitsstunden aufgewendet.

- GST unterhält insgesamt 10 Kinderspielplätze. Im Sommer 2011 wurde der Spielplatz in Saanen ins Saanen-Bank-Gärtli verlegt. Für mehr Sicherheit sorgt der neue Zaun rund um den Platz herum. Der Spielplatz wird durch die GST-Werkgruppe unterhalten.

- GST betreut das grösste IT-Netzwerk der Region mit 100 Arbeitsplätzen. Die Abteilung IT beschäftigt sich auch mit den 9 neu programmierten Webcams, welche nun eine bessere Qualität und höhere Bildauflösung aufweisen.

- Im Bereich Gästebeziehungen wurde im September 2011 ein neues Reservationssystem «Deskline 3.0» eingeführt. Dieses ermöglicht die direkte Anbindung der Hotels per Schnittstelle sowie den Anschluss an externe Buchungs-Plattformen. Durch die Anbindung der Hotels mit Channelmanagern verfügt GST über erhöhte Verfügbarkeiten.

- Ein kleiner Ausblick auf das Geschäftsjahr 11/12: Durch das neue Reservationssystem konnte im Januar 12 der Direktreservationsumsatz für die Hotellerie um 41% und im Februar 12 um 90% gesteigert werden.

- Auch im 2011 liessen sich viele Medienleute unsere schöne Region zeigen. GST hat nicht nur Medien vor Ort betreut, sondern ist in verschiedene Länder gereist und hat dort aktiv Medien bearbeitet. Schwerpunkte: Mediendinner in London und Hamburg, Gstaad Festival Orchestra in St. Denis (FR). Dies führte zu neuen Kontakten in internationalen Zielmärkten und interessanten Berichten über die Destination Gstaad. Im Berichtsjahr wurden vermehrt Beiträge in qualitativ hochstehenden Medien gedruckt.

- Ein Highlight im Bereich Marketing war die SCIB Meeting Trophy, welche vom 8.–9. Juli 2011 stattfand. Gstaad war Gastgeber für 85 Agenturen aus Deutschland, Frankreich, England, Brasilien, Skandinavien, USA, Niederlande und Russland. 8 internationale Reisejournalisten und 8 Länderverantwortliche von Schweiz Tourismus waren an der Meeting Trophy vertreten.

- Der neue Image-Film verzeichnet auf youtube bereits 21'000 Aufrufe und hat an 3 Filmfestivals teilgenommen:

o Edi: Schweizer Filmpreis für die besten Werbe-, Industrie- und Unternehmensfilme: Shortlist Corporate- und Imagefilme

o ITB Berlin, internationaler Tourismusmarketing Wettbewerb: Gewinn des Preises «Bronzenes Stadttor»

o Int. Wirtschaftsfilmtage Wien: in Shortlist aufgenommen, d.h. zumindest Gewinner einer «silbernen Victoria»

Trotz Schneearmut und Bänderriss des Hauptdarstellers war der Film des gebürtigen Gsteiger Regisseurs

Steve Walker ein voller Erfolg. Der Film wird an der HV abgespielt und mit grossem Applaus gewürdigt.

- Martin Bachofner erläutert an Hand einer Grafik die Entwicklung der verschiedenen Märkte in den letzten drei Jahren. 60% unserer Gäste kommen nach wie vor aus dem Stammmarkt Schweiz. Im Berichtsjahr hatte die Destination laut Statistik 11,4 % weniger Schweizer Gäste und 15,8 % weniger Gäste aus den europäischen Schlüsselmärkten (dies aufgrund des starken Frankens). Aus diesem Grund will GST, nebst den bestehenden Märkten, sich in neuen, potentiellen Ländern wie Spanien, Portugal, Brasilien, China und Indien präsentieren. Der Stammmarkt Schweiz sowie die Schlüsselmärkte in Europa werden jedoch auch in Zukunft wichtig bleiben.

- Martin Bachofner erklärt das neue Marketingkonzept. Laut diesem Konzept wird GST die bisherigen Märkte zielgruppengerechter bearbeiten, in neue Märkte investieren, vermehrt Kooperationen eingehen, das Emarketing aufbauen, dabei jedoch das Basismarketing nicht vernachlässigen. Zudem will GST vermehrt mit dem Geschäftstourismus die Nebensaison beleben.

- Dem Markenschutz der Marke «Gstaad» wird auch in Zukunft viel Beachtung geschenkt.

### 3.2 Jahresrechnung 2010/11

Im Berichtsjahr schrieb GST trotz des starken Schweizer Frankens eine schwarze Null und kann eine ausgeglichene Jahresrechnung präsentieren. Dank der Ferienwohnungspauschalkurtaxen konnte der Kurtaxenertrag gehalten werden, obwohl bei den Hotellogiernächten ein Rückgang von 7,3% ausgewiesen wurde. Im Marketing wurden aufgrund der Wirtschaftslage und ausbleibenden Gästen CHF 63'500 mehr investiert. Verglichen zum Vorjahr liegt der Mitarbeiteraufwand um 3,6% tiefer, was sehr erfreulich ist. Gründe dafür sind die Reorganisation und der Abbau von Mitarbeitern im Bereich der Geschäftsleitung und Direktreservation. Anders als im Vorjahr hat GST das erklärte Ziel, genügend Cash Flow zu generieren, um die eigenen Betriebsmittel regelmässig erneuern zu können, nicht erreicht. Gstaad Saanenland Tourismus setzt sich dies jedoch wieder als Ziel für das neue Geschäftsjahr.

### 3.3 Bericht Geschäftsprüfungskommission GPK

Der Präsident der GPK, David Matti, hält fest, dass das Geschäftsjahr 2010/11 aus Sicht der GPK normal und statutenkonform verlaufen ist. Er hat keine weiteren Ergänzungen und 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

Emanuel Raaflaub wird für eine 3. Amtszeit von 2012 bis 2015 einstimmig wiedergewählt.

#### 6.2 Ersatz- und Neuwahlen Vorstand

Christoph Ringier hat sich nach 6 Jahren engagierter Tätigkeit entschieden den Rücktritt aus dem Vorstand zu geben. Als Ersatzwahl wurde Hanspeter Tinner, Unternehmer aus Wilen bei Wollerau, vorgeschlagen. Nach einer kurzen Vorstellungsrunde wird er einstimmig gewählt.

#### 6.3 Bestätigungswahl Geschäftsprüfungskommission GPK

David Matti, Präsident GPK, und Walter Heer, Vizepräsident GPK, werden einstimmig für eine weitere Amtsperiode von 2012 – 2015 bestätigt. Andreas Hurni gratuliert den beiden und dankt für das entgegengebrachte Vertrauen.

### 7. Verschiedenes

#### 7.1 Verabschiedung Christoph Ringier, Unternehmer, Schönried

GST-Präsident Andreas Hurni verabschiedet Vorstandsmitglied Christoph Ringier. Er dankt ihm für sein Engagement und seine kritische und unkonven-

tionelle Sichtweise. Christoph Ringier hat fundierte Kenntnisse im Rechnungswesen und oft hilfreiche Ideen. Er hat sich stets für die Region eingesetzt, sei es für Bergbahnen oder die Rettung des High Fly. Zudem finanzierte er den Invalidenlift im Museum Saanen und unterstützte zahlreiche Anlässe im Saanenland. Er erhält ein Gstaad-Bild und einen Blumenstrauss als Abschiedspräsent.

#### 7.2 Danksagungen

Präsident Andreas Hurni dankt den Vorstandsmitgliedern für die engagierte Mitarbeit und das Mitdenken. Weiter bedankt er sich bei den 42 Mitarbeitern im GST für ihre tägliche Arbeit.

#### 7.3 Mitteilungen

Die nächste Hauptversammlung findet am Donnerstag, 7. März 2013, um 20 Uhr im Gstaad Palace statt.

Es folgt eine kurze Einleitung über die Marketing-push-Initiative von GST, welche die Gemeinden Gsteig, Lauenen und Saanen finanzieren werden.

Um 21.20 Uhr beendet Andreas Hurni den offiziellen Teil der Hauptversammlung. Im Anschluss an die Hauptversammlung hält Regierungsrat Andreas Rickenbacher ein Referat über das Thema «Tourismus im Kanton Bern – Chancen anstatt Risiken». Nach einer lebhaften Schluss-Diskussion lädt Andreas Hurni zum gemeinsamen Aperitif ein.

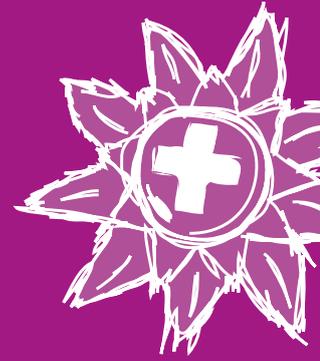


Andreas Hurni, Präsident



Andreas Zoppas, Protokollführer





## 5. GESCHÄFTSFÜHRUNGS- UND VERWALTUNGSORGANE (Stichtag 31. Oktober 2012)

### **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)

Jürg Schwenter (2008)

Christiane Matti (2011)

Hansueli Brand (2011)

Günter Weilguni (2011)

Hanspeter Tinner (2012)

### **Direktor**

Martin Bachofner (2011)

### **Geschäftsprüfungskommission**

David Matti, Präsident (2007)

Walter Heer, Vizepräsident (2009)

Kurt Gyger (2005)

Hansueli Hauswirth (2007)

Therese Aeschbacher (2011)

### **Dorfvorstände**

#### **Gstaad**

Michel Brand, Präsident

Claudia von Siebenthal, Vizepr.

Monica Bigler

Adrian Friedli

Marcel Romang

David Schmid

#### **Saanen**

Ruedi Baumer, Präsident

Niclas Baumer, Vizepräsident

Beat Anderegg

Markus S. Bach

Lisette Chevalier

Ernest Marmet

Rolf Schmid

#### **Schönried**

Charles Reichenbach, Präsident

Cornelia Frautschi

Viktor Germann

Kurt Gyger

Bethli von Grünigen

Carole von Siebenthal

#### **Saanenmöser**

Brigitte Hoefliger, 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

Therese Aeschbacher

Erika Hauswirth-Hauri

Marianne Raaflaub-Schopfer

#### **Turbach**

Mario Hählen, Präsident

Isabelle Matti

Jolanda Romang

Hansjörg Reuteler

Ernst Romang

#### **Abländschen**

Hanspeter Dänzer, Vizepräsident

Armin Poschung jun.

Martin Stocker

Patrick Jäger

## 6. TOURISMUS-STATISTIK

### 6.1. Überblick über die Logiernächte-Entwicklung

Das Total der Logiernächte fürs Geschäftsjahr 2011/12 ist gegenüber dem Vorjahr mit minus 1.8 % sehr gering ausgefallen. Die Hotellogiernächte sind um 3.2 % rückläufig. Vor allem war das Winterhalbjahr mit minus 5.5 % das schlechteste seit 2003/04. Bei den Ferienwohnungsgästen besteht leider, seit der Einführung der Zwangspauschale, keine genaue Statistik. Darum sind hier die Logiernächte seit 2007/08 stabil. Bei den Gruppenunterkünften und Campinggästen ist ein Minus von 10.2 % zu verzeichnen, weil vor allem weniger Gruppen zu Gast waren.

#### Logiernächte-Entwicklung

| <b>WINTER</b>            | <b>2006/07</b> | <b>2007/08</b>   | <b>2008/09</b> | <b>2009/10</b>   | <b>2010/11</b> | <b>2011/12</b> | <b>+/-</b>     | <b>in%</b>   |
|--------------------------|----------------|------------------|----------------|------------------|----------------|----------------|----------------|--------------|
| Hotels                   | 194'410        | 202'681          | 189'333        | 190'635          | 174'433        | 164'902        | -9'531         | -5.5%        |
| Ferienwohnungen          | 294'789        | 335'958          | 330'889        | 338'596          | 348'096        | 349'570        | 1'474          | 0.4%         |
| Gruppenunterk./Camping   | 56'414         | 54'659           | 49'305         | 53'191           | 54'977         | 48'791         | -6'186         | -11.3%       |
| <b>TOTAL WINTER</b>      | <b>545'613</b> | <b>593'298</b>   | <b>569'527</b> | <b>582'422</b>   | <b>577'507</b> | <b>563'263</b> | <b>-14'243</b> | <b>-2.5%</b> |
| <b>SOMMER</b>            | <b>2007</b>    | <b>2008</b>      | <b>2009</b>    | <b>2010</b>      | <b>2011</b>    | <b>2012</b>    | <b>+/-</b>     | <b>in%</b>   |
| Hotels                   | 171'982        | 168'272          | 158'930        | 147'057          | 138'627        | 138'069        | -558           | -0.4%        |
| Ferienwohnungen          | 185'287        | 224'454          | 220'698        | 225'593          | 231'847        | 232'795        | 949            | 0.4%         |
| Gruppenunterk./Camping   | 47'235         | 46'744           | 47'955         | 44'971           | 46'596         | 42'410         | -4'186         | -9.0%        |
| <b>TOTAL SOMMER</b>      | <b>404'503</b> | <b>439'470</b>   | <b>427'583</b> | <b>417'621</b>   | <b>417'070</b> | <b>413'274</b> | <b>-3'795</b>  | <b>-0.9%</b> |
| <b>WINTER UND SOMMER</b> | <b>2006/07</b> | <b>2007/08</b>   | <b>2008/09</b> | <b>2009/10</b>   | <b>2010/11</b> | <b>2011/12</b> | <b>+/-</b>     | <b>in%</b>   |
| Hotel                    | 366'392        | 370'953          | 348'263        | 337'692          | 313'060        | 302'971        | -10'089        | -3.2%        |
| Ferienwohnungen          | 480'076        | 560'412          | 551'587        | 564'189          | 579'943        | 582'365        | 2'422          | 0.4%         |
| Gruppenunterk./Camping   | 103'649        | 101'403          | 97'260         | 98'162           | 101'573        | 91'201         | -10'372        | -10.2%       |
| <b>TOTAL JAHR</b>        | <b>950'117</b> | <b>1'032'768</b> | <b>997'110</b> | <b>1'000'043</b> | <b>994'576</b> | <b>976'538</b> | <b>-18'039</b> | <b>-1.8%</b> |

(Basis: Kurtaxenstatistik GST Stand 31. Dezember 2012)

## 6.

## TOURISMUS-STATISTIK

**Detailstatistik Hotellerie (inklusive Gruppenhotels und Jugendherberge)**

Der allgemeine Rückgang an Hotelübernachtungen (minus 3.2 %) entwickelte sich in den jeweiligen Kategorien stark unterschiedlich. Den deutlichsten Schwund mit minus 10.1 % verzeichneten die 2- bis 4-Stern-Hotels. Bei den 5-Stern-Hotels konnte dank dem wieder geöffneten Wellness & Spa Hotel Ermitage sogar ein Plus von 24.4 % verzeichnet werden.

|                         | 2006/07        | 2007/08        | 2008/09        | 2009/10        | 2010/11        | 2011/12        | +/-            | in %         |
|-------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|--------------|
| 5*-Hotels               | 101'500        | 105'365        | 90'791         | 80'657         | 62'311         | 77'542         | 15'231         | 24.4%        |
| 4*-Hotels               | 139'466        | 140'490        | 132'046        | 132'060        | 131'793        | 118'389        | -13'404        | -10.2%       |
| 3*-Hotels               | 89'134         | 93'848         | 97'805         | 98'369         | 94'469         | 87'404         | -7'065         | -7.5%        |
| Übrige                  | 36'292         | 31'250         | 27'621         | 26'606         | 24'487         | 19'636         | -4'851         | -19.8%       |
| <b>TOTAL HOTELLERIE</b> | <b>366'392</b> | <b>370'953</b> | <b>348'263</b> | <b>337'692</b> | <b>313'060</b> | <b>302'971</b> | <b>-10'089</b> | <b>-3.2%</b> |

Basis: Kurtaxenstatistik GST Stand 31. Dezember 2012

**Hotelauslastungs-Statistik**

Die Zahl der verfügbaren Hotelbetten ist dank der Wiedereröffnung des Wellness & Spa Hotel Ermitage um 2.5 % gewachsen und erreicht somit den Mittelwert der letzten 8 Jahre. Die durchschnittliche Betten-Auslastung der Hotels hat sich gegenüber dem Vorjahr nochmals um minus 2 % auf 34.4 % verschlechtert.

|                            | 2006/07      | 2007/08      | 2008/09      | 2009/10      | 2010/11      | 2011/12      | + / -        |
|----------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Total Betten               | 2'516        | 2'495        | 2'507        | 2'565        | 2'511        | 2'558        | 47           |
| Verfügbare Betten / Jahr * | 918'340      | 910'675      | 890'820      | 862'535      | 859'465      | 880'960      | 21'495       |
| Logiernächte               | 366'392      | 370'953      | 348'263      | 337'692      | 313'060      | 302'971      | -10'089      |
| <b>AUSLASTUNG</b>          | <b>39.9%</b> | <b>40.7%</b> | <b>39.1%</b> | <b>39.2%</b> | <b>36.4%</b> | <b>34.4%</b> | <b>-2.0%</b> |

\* Anzahl vorhandene Betten multipliziert mit den jeweiligen Betriebstagen

**Detailstatistik Hotellerie nach Herkunftsländern**

Im Berichtsjahr sind 1152 mehr Logiernächte aus Asien gezählt worden. Die Benelux-Länder zeigten sich mit einem Minus von 24.3 % als der am stärksten rückläufige Markt. Die Abnahme bei Schweizer Gästen hielt sich mit minus 1.5 % in Grenzen, während bei den Gästen aus ganz Europa eine Abnahme von minus 8.5 % zu verzeichnen war.

| Herkunftsland   | 2006/07        |             | 2007/08        |             | 2008/09        |             | 2009/10        |             | 2010/11        |             | 2011/12        |             |
|-----------------|----------------|-------------|----------------|-------------|----------------|-------------|----------------|-------------|----------------|-------------|----------------|-------------|
|                 | Übernachtungen | Anteil in % |
| Schweiz         | 213'371        | 59.4%       | 230'478        | 62.1%       | 214'984        | 61.7%       | 204'031        | 60.4%       | 192'650        | 61.5%       | 189'684        | 62.6%       |
| Deutschland     | 32'287         | 11.0%       | 32'049         | 8.6%        | 28'836         | 8.3%        | 27'314         | 8.1%        | 22'515         | 7.2%        | 21'333         | 7.0%        |
| Frankreich      | 24'712         | 6.7%        | 23'135         | 6.2%        | 22'690         | 6.5%        | 22'143         | 6.6%        | 19'311         | 6.2%        | 19'594         | 6.5%        |
| Benelux         | 18'378         | 4.7%        | 21'501         | 5.8%        | 20'013         | 5.7%        | 20'828         | 6.2%        | 17'983         | 5.7%        | 13'621         | 4.5%        |
| Grossbritannien | 20'679         | 5.0%        | 14'890         | 4.0%        | 14'612         | 4.2%        | 15'222         | 4.5%        | 13'688         | 4.4%        | 12'819         | 4.2%        |
| Spanien + Port. | 6'696          | 1.7%        | 6'691          | 1.8%        | 6'577          | 1.9%        | 5'779          | 1.7%        | 5'635          | 1.8%        | 5'000          | 1.7%        |
| Italien         | 8'829          | 1.9%        | 6'883          | 1.9%        | 6'782          | 1.9%        | 6'961          | 2.1%        | 5'707          | 1.8%        | 5'285          | 1.7%        |
| Russland        | 4'763          | 0.9%        | 4'889          | 1.3%        | 4'850          | 1.4%        | 4'689          | 1.4%        | 4'866          | 1.6%        | 5'158          | 1.7%        |
| Übriges Europa  | 12'091         | 2.7%        | 11'655         | 3.1%        | 11'355         | 3.3%        | 10'695         | 3.2%        | 10'743         | 3.4%        | 9'133          | 3.0%        |
| USA             | 10'708         | 2.9%        | 7'662          | 2.1%        | 7'553          | 2.2%        | 8'116          | 2.4%        | 8'113          | 2.6%        | 8'564          | 2.8%        |
| Asien/Ozean     | 7'328          | 1.4%        | 7'667          | 2.1%        | 7'168          | 2.1%        | 8'506          | 2.5%        | 8'798          | 2.8%        | 9'950          | 3.3%        |
| Übrige          | 6'550          | 1.7%        | 3'453          | 0.9%        | 2'843          | 0.8%        | 3'408          | 1.0%        | 3'051          | 1.0%        | 2'830          | 0.9%        |
| <b>TOTAL</b>    | <b>366'392</b> | <b>100%</b> | <b>370'953</b> | <b>100%</b> | <b>348'263</b> | <b>100%</b> | <b>337'692</b> | <b>100%</b> | <b>313'060</b> | <b>100%</b> | <b>302'971</b> | <b>100%</b> |

(Basis: Kurtaxenstatistik GST Stand 31. Dezember 2012)

## Hotellerie aufgliedert nach Dörfern

Die Übernachtungsstatistik nach Dörfern weist gegenüber dem Vorjahr diverse Verschiebungen auf: In Schönried ist die Zunahme wegen dem wieder geöffneten Wellness & Spa Hotel Ermitage. In Saanen fehlten vor allem im grössten Hotel die Gäste aus Deutschland. Erfreulich ist, dass in Saanenmöser ein Plus von 5.5 % erzielt wurde!

|              | 2006/07        | 2007/08        | 2008/09        | 2009/10        | 2010/11        | 2011/12        | + / - in LN    | + / - in %   |
|--------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|--------------|
| Gstaad       | 158'426        | 164'439        | 147'381        | 137'560        | 135'373        | 130'763        | -4'610         | -3.4%        |
| Schönried    | 54'655         | 56'381         | 51'756         | 50'825         | 29'552         | 76'631         | 47'079         | 159.3%       |
| Saanen       | 101'176        | 98'775         | 97'378         | 97'999         | 96'325         | 41'970         | -54'355        | -56.4%       |
| Saanenmöser  | 36'284         | 35'926         | 35'491         | 37'312         | 38'580         | 40'691         | 2'111          | 5.5%         |
| Lauenen      | 9'702          | 10'393         | 10'655         | 9'930          | 10'412         | 10'072         | -340           | -3.3%        |
| Gsteig       | 6'149          | 5'039          | 5'602          | 4'066          | 2'818          | 2'844          | 26             | 0.9%         |
| <b>TOTAL</b> | <b>366'392</b> | <b>370'953</b> | <b>348'263</b> | <b>337'692</b> | <b>313'060</b> | <b>302'971</b> | <b>-10'089</b> | <b>-3.2%</b> |

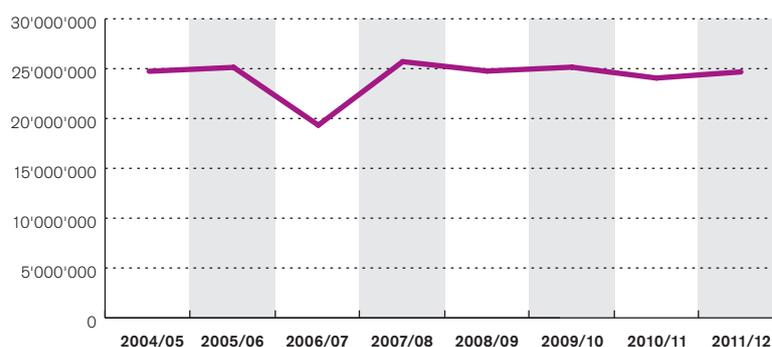
(Basis: Kurtaxenstatistik GST Stand 31. Dezember 2012)

## 6.2. Bergbahnen

Im Tourismusjahr 2011/12 verzeichneten die im Tarifverbund Gstaad Mountain Rides (GMR) zusammengefassten Bergbahnen eine erfreuliche Steigerung des Verkehrsumsatzes von 2.5 % und liegen somit knapp über dem Mittelwert der letzten 10 Jahre.

### Verkehrserträge Tarifverbund Gstaad Mountain Rides

Quelle: Geschäftsbericht Verein GMR 2011/12





## 7. WELCOME CARD

Die Welcome Card ist ein Finanzierungs-System für die Gstaader Top Events sowie nicht periodisch stattfindende Anlässe. Per 31.10.2012 waren folgende Unternehmen und Privatpersonen Besitzer einer Welcome Card:

### Welcome-Card-Inhaber 2011/12

32 Gold + 15 Silver + 37 Supporter = Total 84 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 |
| Horn           | Jürg                  | Ribo Treuhand AG                   | Gstaad      | Silver Card    |
| Iseli          | Markus & Stephanie    |                                    | Gstaad      | Supporter Card |
| Knutti Ruth    | Kuster Dagobert       | Dasimm Liegenschaften              | Saanen      | Gold 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-Zoppas   | Michel                | Gstaad Saanenland Tourismus        | Gstaad      | Supporter Card |
| Michel         | Willy                 |                                    | Burgdorf    | Gold Card      |
| Ryser          | René                  | 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      |
| Scheufele      | Famille               | Boutique Chopard                   | Gstaad      | Gold Card      |
| Schmid & Lutz  | Laurenz & Heiner      | Wellness & Spa Hotel Ermitage      | Schönried   | Gold Card      |
| Schranz        | Peter                 | Spenglerei & Taxi                  | Saanen      | Supporter Card |
| Seifritz       | Roger                 | Chalet Fichte                      | Saanenmöser | Supporter Card |
| Speth          | Robert                | R.S. De Luxe Food AG               | Schönried   | Gold Card      |
| Steimle        | Viktor                | T&R Oberland AG                    | Gstaad      | 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 Peter          | Drogerie & Parfümerie              | Gstaad      | Silver 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](http://www.gstaad.ch), [info@gstaad.ch](mailto:info@gstaad.ch)