



# GESCHÄFTSBERICHT 2012/13



**GSTAAD**<sup>®</sup>  
  
COME UP – SLOW DOWN

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

## **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 2014

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 2012/13	23
4. PROTOKOLL DER 20. ORDENTLICHEN HAUPTVERSAMMLUNG	31
5. GESCHÄFTSFÜHRUNGS- UND VERWALTUNGSORGANE	36
6. TOURISMUS-STATISTIK	37
7. WELCOME CARD	40

# 1. BRIEF AN DIE MITGLIEDER



Liebe Mitglieder

Das Geschäftsjahr 2012/13 dürfen wir als konsolidiertes zur Kenntnis nehmen. Es ist uns gelungen, im schwierigen Umfeld, mit dem sich der Tourismus in der Schweiz seit Jahren auseinandersetzen muss, neue Akzente zu setzen: die Gästezahlen aus der Schweiz entwickelten sich positiv, ebenso diejenigen aus den Schlüsselmärkten. Hervorheben möchte ich, dass in jüngerer Zeit erstmals mehr Gäste aus Frankreich unsere Destination besuchten als aus Deutschland. Dem seit Jahren rückläufigen Trend der deutschen Besucherzahlen gilt es im nächsten Geschäftsjahr mit besonderen Massnahmen entgegenzuwirken. Die Gästezahlen aus den neuen Märkten konnten hingegen gesteigert werden. Erfreulich entwickelt sich auch die Zusammenarbeit mit der BE! Tourismus AG.

Das vergangene Geschäftsjahr reiht sich in den Durchschnitt der letzten fünf Jahre ein. Nach dem stetigen Rückgang der Gästezahlen ist die Trendwende nun erreicht. Mit Genugtuung sehen wir, dass der finanzielle Marketingpush der Gemeinden für 2012 bis 2014 Früchte trägt. Dabei sind wir uns sehr bewusst, dass es auch in Zukunft grosser Anstrengungen bedarf, um im stets aktiveren Marktumfeld bestehen zu können und vor allem beachtet zu werden. Ich stelle fest, dass die konstruktive Zusammenarbeit in der Geschäftsleitung durch den umsichtigen Direktor Martin Bachofner gefördert wird. Regelmässige Geschäftsleitungssitzungen sorgen dafür, dass operative Themen rasch und kompetent bearbeitet werden. In diesem Zusammenhang sei der Rechnungsabschluss 2012/13 erwähnt. Das Kostenmanagement ist vorbildlich. Der Vizedirektor Michel Matti sorgt mit seinem Team akribisch dafür, dass

mit einem wirksamen Controlling Budgetvorgaben eingehalten und Kostenüberschreitungen vermieden werden. Wenn auch mit einem kleinen Defizit abschliessend, sind zwingende Vorgaben des Vorstandes an die Rechnung eingehalten: betriebsnotwendige Abschreibungen konnten getätigt werden. So viele Mittel wie möglich fliessen ins Marketing. Die finanzielle Situation von Gstaad Saanenland Tourismus ist gesund. Die neue Homepage trägt viel zum frischen Erscheinungsbild bei. Sie findet Beachtung und darf als gelungen bezeichnet werden.

Erfreulich ist auch das Engagement des Vorstandes. Die Zusammensetzung aus den verschiedenen Leistungsträgern des Tourismus, der Hotellerie, des Gewerbes, der Events, der Dienstleistungen und der Landwirtschaft erweist sich als gute Voraussetzung für strategische Diskussionen und Entscheide.

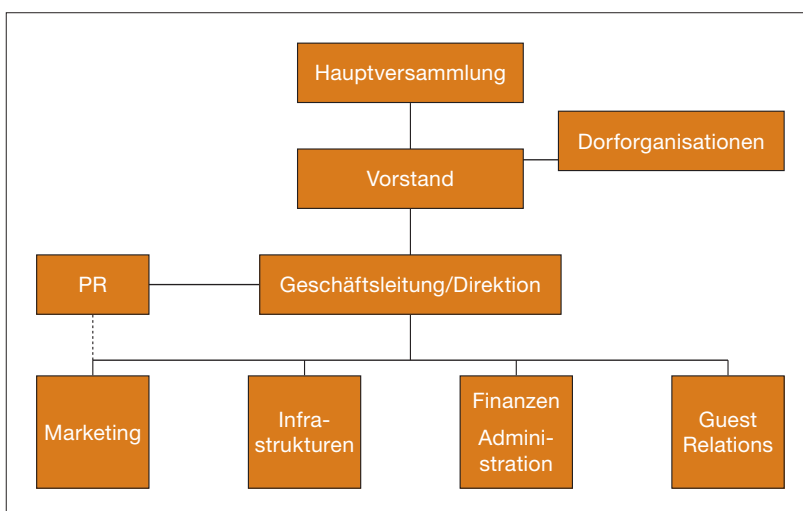
Auf strategischer Ebene kamen die Projekte «Gstaad 2020plus» in Zusammenarbeit mit «Enjoy Switzerland» gut voran. Die Gründung der «Gstaad Bike World GmbH» setzt neue Akzente in eine wichtige Richtung. Gegenwärtig machen wir uns erste Überlegungen zur Weiterentwicklung der Organisationsstruktur der Destination Gstaad. Viele Herausforderungen warten auf uns. Packen wir sie an!

Es liegt mir viel daran, allen zu danken, die mit engagierter Zusammenarbeit und überzeugendem Einsatz im und für den GST arbeiten. Ich kann nicht genug betonen, wie zentral das gute Funktionieren des wichtigsten Teils unserer Volkswirtschaft, des Tourismus, ist. Deshalb lohnt sich der Einsatz aller!

Andreas Hurni, Präsident

## 2. TÄTIGKEITSBERICHT

### 2.1. Organigramm



### 2.2. Vorstandstätigkeit

#### Aufgaben

Als strategisches Führungsorgan setzt der Vorstand Leitlinien und Eckpunkte und überwacht die Geschäftsleitung in der operativen Führung des Vereins. Darüber hinaus beeinflusst er Themen, die für die touristische Entwicklung der Gesamtdestination wesentlich sind. Der Vorstand hat als Gesamtgremium im Berichtsjahr vier Mal regulär und einmal ausserordentlich getagt. Darüber hinaus fanden mehr als 30 Sitzungen in themenabhängiger Zusammensetzung statt. Dazu gehörten beispielsweise die Präsidentenkonferenzen der Dorforganisationen oder die Sitzungen mit der Geschäftsprüfungskommission. Ebenfalls stark engagiert war der Vorstand in den Sitzungen rund um die Themen «2020plus» oder «Steuerungsausschuss BDG AG».

#### Herausgegriffen

##### • Schweizer Ferientag in Bern

Am 28.5.2013 nahm der gesamte Vorstand zusammen mit 1500 Touristikern am Schweizer Ferientag – organisiert von Schweiz Tourismus – teil. «Le feu sacré» im Sinne von Leidenschaft im Tourismus erkennen, zulassen und fördern war das Motto der Fachtagung. Unser Präsident Andreas Hurni war dabei Gesprächsgast bei einer Podiumsdiskussion.

### Mitglieder Vorstand



Andreas Hurni  
Präsident



David Matti  
Vizepräsident



Christiane Matti  
Mitglied



Jürg Schwenter  
Mitglied



Hansueli Brand  
Mitglied



Günter Weilguni  
Mitglied



Hanspeter Tinner  
Mitglied



Christa Hauswirth  
Mitglied



Matthias Oehrli  
Mitglied

Die Mitglieder des GST-Vorstands nahmen am Schweizer Ferientag von Schweiz Tourismus in Bern teil.

Jeweils im Mai kommt der Vorstand zu einer Klausurtagung zusammen. Eckpunkte bilden eine ordentliche Vorstandssitzung sowie die Überprüfung der Strategie. Der Ausflug an den Ferientag diente dazu, die Stimmung in der Branche aufzunehmen sowie zahlreiche Gedankenanstösse und Einblicke in andere Destinationen zu gewinnen.

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

Aus der Initiative 2020plus wurde im Geschäftsjahr 2011/12 ein Verein. Nach einer grundlegenden Analyse wurden im vergangenen Geschäftsjahr verschiedene Ideen in eine konkrete Umsetzung überführt. Nachfolgend einige Beispiele:

Innovationsförderung: Mit dem «Prix de Gessenay» wurde ein Innovationspreis geschaffen, welcher im März 2014 erstmalig vergeben wird.

Rundweg GST/LST: Zwei Tourismusdestinationen sowie die Bergregion Obersimmental-Saanenland arbeiten gemeinsam an einem Rundwanderweg mit mehreren Etappen.

Labelling: Zusammen mit dem Gewerbeverein schuf Gstaad Saanenland Tourismus mit «Gstaad Authentique» ein neues Label, welches lokale Produkte besser vermarkten soll.

Ein Projektleiter kümmerte sich um die Koordination der Umsetzung. Daneben tagte die Vereinsversammlung «Denkfass» mehrere Male und beleuchtete in ihren Sitzungen weitere aktuelle Themen wie die Bergbahn-Thematik oder einige neue Ideen für Events.

• **Destinationspolitik Kanton Bern**

Nachdem die Gründung der BE! Tourismus AG im Geschäftsjahr 2011/12 erfolgreich über die Bühne ging, wurde im vergangenen Geschäftsjahr der operative Betrieb aufgenommen. Die Gründung einer Gesellschaft, welche die touristische Marktbearbeitung für den Kanton Bern bündelt, war das Kernstück der Revision des Tourismusentwicklungsgesetzes (TEG), die in der Novembersession 2011 vom Grossen Rat einstimmig verabschiedet worden ist. Nebst einem Verwaltungsrat wird der Geschäftsführung der AG auch ein Marketingausschuss beigelegt. Dieser Ausschuss wurde als beratendes Gremium konzipiert, welches zusammen mit der Geschäftsführung die Entscheidungsfindung für den Verwaltungsrat vorbereitet. Der Direktor GST präsidiert diesen Ausschuss, und mit Andrea Sprenger-von Siebenthal findet sich ein weiteres Mitglied aus dem Saanenland.



## 2. TÄTIGKEITSBERICHT

### 2.3. Geschäftsleitung

#### Aufgaben

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

#### Herausgegriffen

##### • Strategische Kooperation mit Scott

Im vergangenen Geschäftsjahr hat sich der renommierte Fahrradhersteller Scott – eine Schweizer Aktiengesellschaft mit Sitz in Givisiez – dazu entschieden, seine Produktepräsentation im Saanenland durchzuführen. Einem Fachpublikum – Händler und Fachpresse – wurden im Sommer 2013 die Bikes der Saison 2014 vorgestellt.

Verschiedene Geschäftsleitungsbereiche vom GST (Direktion, PR, Marketing und Infrastrukturen) trugen dazu bei, dass der Anlass für Scott ein Erfolg wurde und damit auch für das Saanenland. Zu Besuch waren 70 Bike-Journalisten (wurden von GST mitbetreut) sowie rund 450 Händler aus der ganzen Welt. Nebst der beachtlichen Zahl von ca. 1'300 Logiernächten waren auch die zahlreichen Feedbacks der Bike-Experten sehr wertvoll. Sie bestätigten das Vorhaben von GST, vermehrt auf den Bike-Tourismus zu setzen.

##### • Gründung Gstaad Bike World GmbH

Unter dem Arbeitstitel «Gstaad Bike World» wurden im vergangenen Geschäftsjahr die Bestrebungen verstärkt, die Bike-Positionierung zu schärfen. Nebst der oben erwähnten Partnerschaft mit Scott unterstützt GST neu auch ein internationales Mountain-Bike-Downhill-Team. Dieses Team dient als kommunikativer Vorläufer für unsere Bestrebungen, mit einem ganzheitlichen Bike-Konzept das Sommergeschäft nachhaltig zu verändern. Ganzheitlich heisst, dass nebst den verschiedenen Sparten im Mountainbike-Bereich (Cross Country, Freeride, Downhill) auch E-Bike oder Rennrad in der Produktpalette Platz haben sollen. Für die Umsetzung wurde zusammen mit verschiedenen Leistungsträgern die Gstaad Bike World GmbH gegründet.

Zusammen mit einer renommierten Bikeregionen-Entwicklungsfirma wurde ein Konzept erstellt. Erste konkrete Massnahmen dürften bereits auf das Frühjahr 2014 umgesetzt werden.

##### • Unterstützung diverser Destinationsprojekte

Die Geschäftsleitung unterstützte und koordinierte diverse Tourismus-Projekte in der Region. Dazu gehören die aktive Mitarbeit in Arbeitsgruppen von «2020plus» sowie weitere Projekte zur Ansiedlung von neuen Events, der Gewinnung von zusätzlichen Gästebetten oder in der Destinationsentwicklung.

### Geschäftsleitung

(Stand 31.10.2013)



Martin Bachofner  
Direktor



Michel Matti, Vizedirektor,  
Leiter Infrastrukturen /  
Finanzen & Administration



Kerstin Sonnekalb  
Leiterin Public Relations



Barbara Studer  
Leiterin Marketing



Andreas Zoppas  
Leiter Guest Relations



## 2. TÄTIGKEITSBERICHT

Gespannte Zuhörer  
aus der Reisebranche:  
An der Riyadh Travel  
Fair 2013 lernen sie  
die Vorzüge der  
Destination kennen.



**Mitarbeiter**  
(Stand 31.10.2013)



Barbara Studer  
Leiterin Marketing

### 2.4. Marketing

#### Aufgaben und Aktivitäten

Das Marketing hat zur Aufgabe, die Destination Gstaad optimal zu positionieren und zu vermarkten. Dafür werden verschiedene Kanäle und Marketing-Instrumente eingesetzt sowie Kooperationen mit touristischen Dachorganisationen und Marketingpartnern eingegangen. Generell lässt sich das Marketing in vier Hauptbereiche aufgliedern: Basismarketing, Produktmarketing, E-Marketing und Verkauf/Promotion. Dabei werden sowohl Endverbraucher – also die potenziellen Gäste – als auch der Reisefachhandel gezielt und je nach Markt und Segment mit den geeigneten touristischen Partnern bearbeitet.

#### • Werbung

Zum zweiten Mal wurde der Gstaad-Imagefilm als Kino-Werbespot an den Orange Cinema Open Airs in Basel, Bern, Zürich und neu in Genf eingesetzt. Es wurden damit über 150'000 Kontakte erzielt.

Die auf das Segment Familien ausgerichtete Produktkampagne «3-Generationen» startete leicht modifiziert ins dritte Jahr. Die Laufzeit wurde ausgeweitet, die Teilnahmebedingungen für die Hotels flexibler gestaltet und eine Broschüre zur Abgabe an die Familien mit Tipps für Aktivitäten zur Verfügung gestellt. Auch wurde das Angebot in der Grundstruktur vereinfacht mit optional zubuchbaren Modulen für die Gäste.

Um die erfolgreiche, aber etwas in die Jahre gekommene Werbekampagne abzulösen, wurde eine umfassende Evaluation für einen neuen Partner resp. eine neue Werbeagentur gestartet. Nach einem mehrstufigen Verfahren hat sich GST für die Werbeagentur Garbini, Biedermann, Zürich, entschieden. Der neue Auftritt wird im kommenden Geschäftsjahr in der Schweizer Presse lanciert.



#### • E-Marketing

Ende Winter 2013 wurde der Startschuss zum Grossprojekt «neues CMS/ neue Webseite» gegeben. Aufgrund der veralteten Funktionen und nicht mehr zeitgemässen Administrationsmöglichkeiten wurde eine komplett neue Webseite auf einem neuen System aufgebaut, das benutzerfreundlicher, moderner und flexibler in der Administration ist. Zusätzlich wird die neue Webseite im Responsive Design erstellt, damit sie auf allen gängigen Ausgabegeräten wie Tablets, Smartphones etc. richtig angezeigt wird. Das Suchmaschinen-Marketing wurde zu Gunsten des Aufbaus der neuen Webseite auf ein Minimum reduziert. Das Social Media Marketing wurde weiter professionalisiert und die Beiträge auf den Blogs, Twitter und Facebook erhöht. Die neue Webseite wird es im kommenden Jahr ermöglichen, ein gezieltes und systematisches Online-Marketing aufzubauen und umzusetzen.

#### • Sponsoring und Kooperationen

Zur Unterstreichung der Schneesportkompetenz wurde ein auf zwei Jahre ausgelegtes Individualsponsoring mit einem lokalen Snowboard-Profi abgeschlossen. Dieses Engagement konnte dank eines substanziellen Beitrages von privaten Gönnern, die im Hintergrund bleiben wollen, möglich gemacht werden. Eine Prüfung weiterer Sponsoringengagements von lokalen Wintersportathleten ist in Planung.

Neu ist das Sponsoring des Mountainbike Downhill Teams von Scott. Damit soll Gstaad als Bike-Destination noch stärker profiliert werden. Ziel ist es, die entsprechenden Botschaften auf diese Weise weltweit und zielgruppengerecht zu transportieren. Dieses Sponsoring ist Teil des längerfristig angelegten Projektes «Gstaad Bike World».

Das Sponsoring des BSC YB wurde fortgeführt. Die 1. Mannschaft verbrachte wiederum eine intensive Trainingswoche in Gstaad, welche von einem gut besuchten Testspiel gegen den FC Servette Genf gekrönt wurde.

Weitergeführt wurden auch die bestehenden Kooperationen «Swiss Premium» mit dem alljährlichen Publikumsevent, welcher diesmal in Frankfurt stattfand,



Marisa Arnet  
Leiterin Produktemarketing



Alexandra Gygax  
Leiterin E-Marketing &  
Content Management



Aurelia Schöb  
Leiterin Sales & Promotion



Snowboarder  
Roland Haldi wurde  
beim Weltcupeinsatz  
in Arosa von drei  
GST-Mitarbeiterinnen  
kräftig angefeuert.

Das Saanen-Gstaad Team verwöhnte die Gäste des 63. Darmstädter Heinerfests mit köstlichen Spezialitäten aus der Region.



Denise Hartmann  
Marketing-Assistentin



Tanja Loher  
Marketing-Assistentin

sowie die Kooperation mit dem Gstaad Festival Orchestra. Ebenfalls unterstützte GST die beiden Anlässe «Heinerfest» und «Grenzgang» aus der Städtepartnerschaft der Gemeinde Saanen mit Darmstadt.

Nebst der weiteren Zusammenarbeit mit den Top Events und Saison-Highlights, welche sehr wertvoll sind für die Kommunikation und Profilierung der Marke Gstaad, wurde als einmalige Aktion die «Gala de Berne» gesponsert, da der Ehrengast, Fürst Albert von Monaco, eine enge Beziehung zur Destination Gstaad hat und somit als starker Multiplikator wirkt.

#### • Verkaufsförderung und Marketing Schlüsselmärkte Europa

Seit Januar 2013 ist die kantonale Tourismusorganisation BE! Tourismus AG operativ. Diese ist in den definierten Schlüsselmärkten in Europa aktiv und arbeitet hauptsächlich mit Schweiz Tourismus auf der Basis von Key Partnerschaf Packages zusammen. So wurden vom Produktemarketing-Team Basis-Einträge (Texte und Bilder) für Broschüren, Webseiten und Kataloge erarbeitet sowie spezifische Inputs und Beiträge für die Medien und Medienpromotionen erstellt wie z.B. ein ausführlicher Bericht im GEO Holland oder in «Die ZEIT» Deutschland. GST nahm am grossen Sommer-Event in Namur (Belgien) teil. Das generelle Sommerthema von Schweiz Tourismus «Lebendige Traditionen» wurde den über 6000 Besuchern auf sympathische Art und Weise mit Alphornbläsern sowie Scherenschnittkünstlern näher gebracht. Eine Mini-Schwing-Arena mit einem Sägemehrling und zwei kräftigen Schwingern in Aktion stiess auf ein sehr grosses Echo bei den Besuchern. Wer wollte, konnte gleich selber im Ring seine Kräfte messen. BE! Tourismus AG übernahm auch die Kosten und Koordination der beiden Basiskampagnen «Winter» und «Sommer» von Schweiz Tourismus für die Destinationen des gesamten Kantons. All diese neuen Aktivitäten bringen indirekt eine Entlastung des Marketingbudgets und einen Mehrwert für die Destination Gstaad.

#### • Markenschutz

Nebst den regulären Arbeiten im Rahmen des Markenschutzes konnte GST einige neue Lizenzverträge mit lokalen Produzenten und Geschäften abschliessen. Neu registriert wurde die Submarke «Gstaad Authentique», die aus einem Projekt von «Gstaad2020plus» resultiert und für regional erzeugte Produkte und Dienstleistungen eingesetzt wird.

## Herausgegriffen

### • Marketing Push - Fernmärkte

Im Geschäftsjahr 2012/13 konnten zum ersten Mal die Kooperationsmöglichkeiten mit Schweiz Tourismus in den definierten Fernmärkten Golfstaaten, Indien, China und Brasilien voll genutzt werden. Es wurden entsprechende Key Partner Packages eingekauft. Diese basieren auf den vier Eckpfeilern Promotion, E-Marketing, Key Media Management und Key Account Management. Vertreter von GST waren an 15 von Schweiz Tourismus organisierten Verkaufsanlässen für und in diesen Märkten vor Ort präsent und konnten rund 650 Verkaufsgespräche führen. Auch durfte GST wiederum in Zusammenarbeit mit den Hotels und weiteren Leistungsträgern eine grosse Anzahl Reisebürofachleute auf Erkundungstrip in Gstaad begrüßen und ihnen mit attraktiven Programmen die Destination näher bringen. Des Weiteren konnten durch diese Key Partner Pakete deutlich mehr Medienbesuche aus diesen Märkten generiert werden. Weitere Bestandteile dieser Pakete sind ein umfassender Auftritt auf den länderspezifischen Webseiten, die Präsentationen in den Broschüren und Verkaufsunterlagen von Schweiz Tourismus sowie die Integration in sämtliche Kommunikationsmassnahmen in den Märkten.

Indische Reisebürofachleute erkunden die Region und versuchen sich im Golfspiel.





Die beiden Medienabende, die GST für Scott organisierte, waren ein voller Erfolg.



## Mitarbeiter

(Stand 31.10.2013)



Kerstin Sonnekalb  
Leiterin Public Relations



Vivienne Bauer  
PR-Assistentin



Fiona Würsten  
PR-Assistentin

## 2.5. Medienarbeit & PR

### Aufgaben und Aktivitäten

Der Bereich Public Relations (PR) betreut die proaktive und reaktive Öffentlichkeitsarbeit von GST in den Zielmärkten Schweiz, Deutschland, Frankreich sowie UK und seit Anfang 2012 auch in den neuen Märkten China, Indien, Brasilien, Russland und Golfstaaten. Die Kooperation mit den 5\*-Hotels wurde fortgesetzt, eine weitere mit den neuen 3\*-Hotels begonnen. Der Trend hin zu PR-Kooperationen mit den Leistungsträgern hält an. Social-Media-Aktivitäten gewinnen weiter an Bedeutung. Das Tätigkeitsfeld umfasste im Berichtsjahr:

#### • Medientext- und Bild-Datenbank

Auf [www.gstaad.ch/service/medien](http://www.gstaad.ch/service/medien) stellt GST eine stets aktualisierte Auswahl an Basis-Medientexten sowie eine attraktive Mediengalerie zur Verfügung. Das PR-Bilder-Archiv wird stetig aktualisiert und bedarfsorientiert ergänzt.

#### • Externe und interne Kommunikation

Mit zahlreichen Medienmitteilungen begleitet die PR-Abteilung die Angebots- und Unternehmensentwicklung. Die jeweiligen Kerninformationen werden intern an die Frontmitarbeiter kommuniziert. Der Austausch mit den Leistungsträgern läuft reibungslos. Die meisten Partner zeigen sich informiert über die PR-Aktivitäten des GST. Es wurden 59 Medienmitteilungen (Vorjahr 86) versendet. 21 (20) wurden auf Französisch und 2 (7) auf Englisch übersetzt.

#### • Medienagenturen

Mit PR-Agenturen in Frankreich, Deutschland und Grossbritannien entstanden total 24 (Vorjahr 23) länderspezifische Medienmitteilungen. Der Gstaad-Account auf der Social-Media-Plattform Weibo in China zählt inzwischen über 6300 Follower. In den anderen neuen Märkten setzt GST auf die Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus, die auch PR-Aktivitäten einschliesst.

#### • Medienevents

Medienevents fanden in enger Kooperation mit den Leistungsträgern aus der Region statt. Die Eröffnung des «The Alpina Gstaad» bot auch der Destination Präsentationsfläche. Im Rahmen der 3\*-Kooperation und mit dem Gstaad Festival Orchestra fand im Oktober 2013 eine PR-Tournee statt mit Stationen in Paris, Lyon, Stuttgart, Hamburg und London. «Swiss Premium» in Frankfurt war ein weiteres zentrales Event in Deutschland. Herausragend waren die beiden Medienabende, die GST für Scott organisierte. Das

Medienecho war jeweils erfreulich. BE!Tourismus gewinnt als Partner an Bedeutung.

- **Medienreisen / Reisereportagen**

Insgesamt wurden im Berichtsjahr 280 (144) Journalisten bei ihren Recherchen vor Ort betreut. Die PR-Abteilung organisierte 10 (17) Medienreisen proaktiv und unterstützte 94 (50) Medienreisen von Hotels, Schweiz Tourismus und anderen Veranstaltern reaktiv. GST erzielte durch proaktive Medienreisen ein Werbeäquivalent in Höhe von ca. CHF 4,07 Mio. (1 Mio.).

- **Medienanfragen**

Das PR-Team wickelte 178 (280) Medienanfragen zu verschiedensten Themen ab. «People-Anfragen» kommen nahezu keine mehr. Wir konnten zudem einige attraktive TV-Reportagen vermitteln. Darunter «Jobtausch» mit zwei Landwirten aus Lauenen oder ZDF «Hallo Deutschland mondän».

- **Sonstige Tätigkeiten**

Die Leistungsträger schätzen die Unterstützung durch GST als PR-Partner. Die Ankündigung eines neuen Schwerpunktthemas für die proaktive PR-Arbeit ab Sommer 2014, das sämtliche Hotelkategorien einbezieht, stiess auf Wohlwollen. Unsere News-Liste können wir nun mehr als fünf Monate vor Saisonbeginn online stellen. Zu den weiteren Tätigkeiten zählt u.a. das Erstellen des monatlichen Newsletters, Programm-Angebote für die Medienarbeit von Schweiz Tourismus und die Basisdatenpflege auf ca. 130 Internet-Plattformen.

### Herausgegriffen

- **Abschied von der 5\*-Kooperation**

Wegen der intensivierten Sales- und Marketingaktivitäten und dem damit verbundenen finanziellen Engagement wurde die 5\*-Kooperation im Sommer 2013 beendet. Dies war bedauerlich, weil die Journalisten aus den neuen Märkten die Medienreisen nach Gstaad stets genossen. Aufgrund des enormen Arbeits- und Kostenaufwands und des relativ geringen Gegenwerts war dieser Schritt für die PR-Abteilung unumgänglich.

Ein herausragendes Projekt war die PR-Tournee mit dem Gstaad Festival Orchestra und den neuen 3\*-Hotels.





Die Mitarbeiter des Bereichs Info Center & Reservation beantworten bis zu 100 Telefonanrufe pro Tag.

**Mitarbeiter**  
(Stand 31.10.2013)



Andreas Zoppas  
Leiter Guest Relations



Susanne Brechbühl  
Leiterin Info Center & Reservation

2.  
**TÄTIGKEITSBERICHT**

**2.6. Info Center & Reservation**

**Aufgaben und Aktivitäten**

Im Zeitalter von Internet und E-Mail bleibt die Abteilung Info Center & Reservation für die Ferienregion Gstaad eine der wichtigsten Anlaufstellen für Gäste-Erstkontakte. Die Kontaktaufnahme erfolgt zu einem grossen Teil per Telefon und E-Mail. Der Anteil an E-Mail-Kontakten steigt stetig. Auch die einheimische Bevölkerung nutzt den Dienst für Anfragen und Rückmeldungen aller Art. Das Tätigkeitsfeld im Überblick:

• **Kundenberatung / Information**

Im Durchschnitt wurden im Berichtsjahr täglich bis zu 100 Telefonanrufe auf der Hauptnummer 033 748 81 81 entgegengenommen. Es ist festzustellen, dass die Dauer der Telefongespräche im Vergleich zum Vorjahr zugenommen hat. Ein Telefongespräch kann gut und gern bis 45 Minuten dauern.

Die Anfragen sind thematisch sehr vielseitig. Bei den schriftlichen Anfragen hat sich das Team zum Ziel gesetzt, diese konsequent innerhalb von 24 Stunden zu beantworten.



- **Vermietung Ferienwohnungen**

Seit der Annahme der Zweitwohnungsinitiative nimmt die Anzahl der über die Direktreservationszentrale buchbaren Ferienwohnungen für GST erfreulicherweise zu. Ende Geschäftsjahr 2012/13 sind bei Gstaad Saanenland Tourismus 231 Ferienwohnungen und sieben Bed & Breakfast online buchbar (Vorjahr 220 Wohnungen und kein B&B). Um Gästerückmeldungen besser erfassen zu können wurde das in der Buchungssoftware vorhandene Bewertungstool aktiviert. Die Internetbuchungen haben erneut um vier Prozent zugenommen.

- **Hotel-Reservation**

Die Einführung von Channel-Managern und direkter Anbindung vieler Hotels an unsere Software Deskline hat sich weiterhin bewährt. GST verfügt während des ganzen Jahres über direkt buchbare Verfügbarkeiten bei den Hotels (Ausnahme: Weihnachten/Neujahr). Im Geschäftsjahr erfolgten 452 Buchungen, was eine Abnahme um elf Prozent bedeutet.

- **Gruppen- und Firmenanfragen**

Im Geschäftsjahr 2012/13 wurden 130 Anfragen (Vorjahr 102) bearbeitet. Diese führten zu 38 Buchungen. Der Aufwand im Gruppenbereich nimmt merklich zu.

### Herausgegriffen

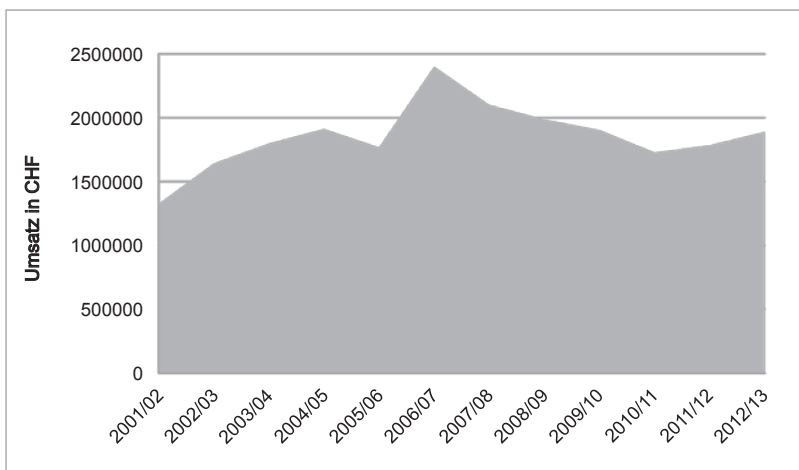
- **Entwicklung Direktreservation**

Im Berichtsjahr nahm der Direktreservationsumsatz gegenüber dem Vorjahr erneut um fünf Prozent zu.

- **Reservationen online**

Der prozentuale Anteil an Online-Buchungen stieg im Berichtsjahr im Vergleich zum Vorjahr um vier Prozent. Mit ein Grund für diese Zunahme sind die beiden Kooperationen mit Interhome und e-domizil.

Mehrjahresvergleich Umsatz ab 2001/02



Ramona Laumayer  
Info Center & Reservation



Madlen Carini  
Info Center & Reservation



Fiona Würsten  
Info Center & Reservation

## Mitarbeiter

(Stand 31.10.2013)



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



Irene Kappeler  
Schalter/Ticketing



Sina Reinhard  
Schalter/Info Center



Corinne Bürki  
TB Saanen

## 2. TÄTIGKEITSBERICHT

### 2.7. Gästeberatung & Tourismusbüros

#### Aufgaben und Aktivitäten

Die Abteilung Gästeberatung und Tourismusbüros betreut die Tourismusbüros in Gstaad, Saanen, Schönried, Saanenmöser, Gsteig, Lauenen sowie die Infostellen Turbach und Abländschen. Das Tourismusbüro im Bahnhof Schönried wird durch Mitarbeiter von GoldenPass in enger Zusammenarbeit mit GST geführt. Im Gegenzug betreuen Mitarbeiter von GST den Bahnhof und die Poststelle Saanenmöser. Am Standort Gstaad ist bei den Besucherzahlen ein Zuwachs von ca. drei Prozent zu verzeichnen. Der einzelne Besucher nimmt weiterhin auf Grund des sehr breiten Angebots bei der Beratung viel Zeit in Anspruch.

#### • Beratungs- und Verkaufsleistungen

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

##### Gstaad

In Gstaad erfolgt überwiegend die touristische Beratung und Information. Einen grossen Anteil machen die verschiedenen Ticketverkäufe (Bergbahnen, Top-Events und div. kleinere Veranstaltungen) aus. In enger Zusammenarbeit mit der Abteilung Info Center & Reservation werden Buchungen von Hotels und Ferienwohnungen getätigt. Der Schalter Gstaad verkauft ein breites Angebot an Boutique-Artikeln, Büchern, Wanderkarten, Parkkarten und Fischerpatenten.

##### Saanen

Das Tourismusbüro Saanen wird von SANONA als offizielle Infostelle genutzt. Dank vieler Veranstaltungen und der Eröffnung des Parkhauses wird das Dorf erfreulicherweise wieder stärker frequentiert. Zusätzlich zu den touristischen Informationen wird der Ticketverkauf für diverse Veranstaltungen, der Verkauf von Wanderkarten und Boutique-Artikeln abgewickelt sowie der Veranstaltungskalender gepflegt.

##### Saanenmöser

Im Dienstleistungszentrum werden touristische Information und Beratung über das Gesamtangebot der Destination abgegeben. Im Winter bietet der Ticketverkauf im Auftrag der Bergbahnen eine willkommene Zusatzaufgabe für die langjährigen Mitarbeiter. Zusätzlich fungiert das GST-Büro als offizielle



Fotoshooting für den Webshop von Gstaad Saanenland Tourismus.

Agentur der Schweizerischen Post und erteilt Auskünfte im Auftrag der GoldenPass-Linie. Der Verkauf von Zug-Tickets konnte aus Kostengründen nicht realisiert werden.

#### Schönried, Gsteig, Lauenen, Turbach und Abländschen

Die langjährigen Mitarbeiterinnen in den Büros in Lauenen und Gsteig übernehmen die touristischen Informationen im Mandat (Saanen Bank). In Schönried wird das Tourismusbüro durch Mitarbeiter von GoldenPass betreut. Die Mitarbeiter nehmen regelmässig an Info-Sitzungen und Mitarbeiteranlässen von GST teil. In Turbach und Abländschen werden die Infostellen vom jeweiligen Verantwortlichen zu Hause betreut.

#### Herausgegriffen

##### • Ticketing

Der Umfang an Ticketverkäufen hat im Geschäftsjahr 2012/13 weiter zugenommen. Der Saisonabonnement-Vorverkauf fand zum ersten Mal neu während den Monaten September und Oktober (Vorjahre Oktober und November) statt und forderte das Frontteam in Gstaad entsprechend. Am Schalter Gstaad halfen im September ein bis zwei Mitarbeiter der Bergbahnen an den Skikassen aus. Die Zusammenarbeit klappte sehr gut und soll auch in Zukunft weitergeführt werden. Parallel zum Saisonabonnement-Vorverkauf fanden die Vorverkäufe fürs Menuhin Festival und die Country Night statt. Dank grossem Einsatz aller Beteiligten konnten auch diese Vorverkäufe professionel und zur Zufriedenheit der Gäste abgewickelt werden.



Jolanda Romang  
TB Turbach



Franziska Ueltschi  
TB Schönried



Elisabeth Brand  
TB Lauenen



Kurt Humm  
TB Saanenmöser



Agnes Wyss  
TB Saanenmöser



Hanspeter Dänzer  
TB Abländschen



Kathrin Hauswirth  
TB Gsteig





Die Wegmeister sorgen auch für ein bestens gepflegtes Loipennetz – wie hier in Gsteig.

## Mitarbeiter

(Stand 31.10.2013)



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

#### • Betrieb von Infrastrukturen

##### Winterwanderwege

Für den Unterhalt der 120 km Winterwanderwege in der Destination benötigten alle beteiligten Mitarbeiter im schneereichen Winter 2012/13 knapp neun Prozent weniger Arbeitsstunden als im Winter 2011/12, nämlich 2'261 (Vorjahr 2'685) Stunden. Dies vor allem wegen der neuen verbesserten Unterhaltsart (Pressen mit Pistenmaschine anstatt Schwarz-Räumung und Sanden). Das Wandern ist auf einer festen Schneedecke viel angenehmer als auf vereisten Wegen.

##### Langlaufloipen

Für den Unterhalt der jeweils 52 Kilometer Klassisch- und Skating-Loipen sind vier Loipenmaschinen im Einsatz. Der Total-Aufwand von CHF 186'000 wurde durch den höchsten je erreichten Ertrag verkaufter Loipenpässe von CHF 96'882 um mehr als die Hälfte gedeckt. Herzlichen Dank allen Langläufern, die trotz der lückenhaften Kontrollen ihre Pässe jedes Jahr wieder kaufen.

##### Kinderspielplätze

Die 22 Kinderspielplätze der Destination stehen Gästen und Einheimischen gratis zur Verfügung. Der Unterhalt kostete GST im Geschäftsjahr 2012/13 total CHF 56'000 (Sachleistungen und Mitarbeiterkosten).

### Feuerstellen und Ruhebänke

An den 24 öffentlichen, gratis zur Verfügung stehenden Feuerstellen sorgt die Werkgruppe GST ebenfalls für Sauberkeit und Brennholz. Total unterhält das Team rund 220 Ruhebänke entlang der Sommer- und Winterwanderwege. Ruhebänke können übrigens für CHF 500 mit einer Plakette gesponsert werden.

### • Events

Selbstverständlich helfen die GST-Mitarbeiter gerne den kleinen Veranstaltungen beim Auf- und Abbau der Bühnen, Kassenhäuschen, Tische und Stühle. Auch für das Aufstellen und Abräumen der Marktstände in den Dörfern ist die Werkgruppe GST an vielen Abenden und Wochenenden unterwegs.

### • Camping Saanen

Der Ganzjahres-Camping entlang der Saane ermöglicht jedes Jahr vielen Gästen im tieferen Preissegment einen unvergesslichen Aufenthalt im schönen Saanenland. Wir danken der Pächterin Bettina Schopfer für ihren wertvollen und unermüdlichen Einsatz.

### Herausgegriffen

#### • Neues Grillhüttli bei der Hängebrücke in Saanen

Bei der Feuerstelle Flugplatz Saanen, unmittelbar bei der Hängebrücke, wurde letzten Frühling eine neue Rundholz-Schutzhütte aufgestellt. Die Werkgruppe hat vom Aushub über die Fundamente bis zum Dachdecken sehr viele Eigenleistungen erbracht. Die Rundhölzer wurden aus logistischen Gründen mit dem Helikopter transportiert. Die Hütte bietet den Grillgästen Schutz vor Wind und unerwarteten Sommergewittern.



Markus Schwizgebel  
Mitarbeiter Werkgruppe



Heinz Weber  
Mitarbeiter Werkgruppe



Beim Aufstellen der neuen Grillhütte am Flugplatz Saanen hat die Werkgruppe viele Eigenleistungen erbracht.

## Mitarbeiter

(Stand 31.10.2013)



Michel Matti  
Leiter Finanzen &  
Administration / IT



Pia Hörler  
Sachbearbeiterin  
Rechnungswesen



Ramona Laumayer  
Kurtaxen



Patrick Bauer  
Leiter Projektmanagement

2.

## TÄTIGKEITSBERICHT

### 2.9. Finanzen, Administration & Informatikdienste

#### Aufgaben und Aktivitäten

Der Bereich Finanzen, Administration und Informatikdienste nimmt folgende Aufgaben wahr:

##### • Zahlungsverkehr und Rechnungswesen

Die Abwicklung des GST-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 2020plus», «Gstaad Bike World». Einige Kennzahlen aus dem Finanz- und Rechnungswesen: 1'984 bezahlte Kreditorenrechnungen, 8'277 bearbeitete Debitorenrechnungen, 2'388 Rechnungen für Kurtaxenpauschalen sowie 1'552 Rechnungen für die Tourismusförderungsabgabe.

##### • Controlling

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

##### • Welcome-Card-System

Das Welcome-Card-System trägt zur Existenzsicherung der Gstaader Top Events bei und unterstützt zahlreiche nicht regelmässige und kleine Anlässe im Saanenland. Darüber hinaus hilft es, einen Fonds zu bewirtschaften, der dazu reserviert ist, volkswirtschaftlich und touristisch attraktive Grossanlässe im Rahmen von Spezial- und Starthilfebeiträgen zu unterstützen. Zurzeit zählen wir 83 Mitglieder (32 Gold, 15 Silber und 36 Supporter), neue Mitglieder sind willkommen.

##### • Personaladministration

Gstaad Saanenland Tourismus beschäftigte im Geschäftsjahr 2012/13 insgesamt 40 Mitarbeitende (inkl. sechs Lehrlinge) auf 38,1 Stellenprozente verteilt. Das Durchschnittsalter der Mitarbeitenden liegt bei 35,1 Jahren. Im vergangenen Geschäftsjahr haben sieben Mitarbeitende GST verlassen. Dies ergibt eine durchschnittliche Anstellungsdauer von 4,3 Jahren.

##### • Informatikdienste

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 2'611 Stunden für die Informatikdienste aufgewendet. Das grösste Projekt war sicher der Aufbau der neuen Homepage, deren Ziel war: einmalige Eingabe aller Daten für mehrmaliges Nutzen auf den verschiedenen Plattformen.

### Herausgegriffen

#### • Panorama-Bildwand im Schalter Gstaad 5.10 m x 1.16 m

Die vor acht Jahren eingebaute Rückwandprojektion mit Beamer musste ersetzt werden. Neu wurden zehn 46-Zoll-Flatscreens eingebaut. Mit der neuesten Technologie können somit atemberaubende Landschaftsaufnahmen, stimmungsvolle Konzertbilder und aktuelle Eventfotos dem Besucher präsentiert werden. Selbstverständlich sind die Bilder auch abends von der Promenade aus ersichtlich.



Adrian Naegeli  
Leiter Informatikdienste



Irma Oehrli  
Reinigungsdienst

Dank modernster Technik liefert die Panorama-Bildwand in der Schalterhalle Gstaad herrliche Eindrücke aus der Region.



## Lehrlinge

(Stand 31.10.2013)



Mara Milani  
3. Lehrjahr



Lara Ziörjen  
3. Lehrjahr



Yannic Schwenter  
2. Lehrjahr



Nicolas Zürcher  
2. Lehrjahr



Selin Gempeler  
1. Lehrjahr



Sibylle Rüeegger  
1. Lehrjahr



Unter den Lehrlingen des GST herrscht ein guter Zusammenhalt.

## 2. TÄTIGKEITSBERICHT

### 2.10. Lehrlings-Ausbildung

Im Berichtsjahr wurden bei GST wie jedes Jahr sechs kaufmännische Lernende ausgebildet. Die Lernenden durchlaufen während ihrer Lehre im Halbjahresrhythmus die vier verschiedenen Abteilungen Schalter, Direktreservation, Marketing und Buchhaltung. Bereits nach wenigen Monaten Einarbeitungszeit übernehmen die Lernenden eigene Aufgaben und Verantwortung.



Zoé Amiet, Fiona Würsten (GST) und Jan Beuret (Zweisimmen Tourismus) haben erfolgreich ihre Lehrzeit abgeschlossen.

## 2. TÄTIGKEITSBERICHT

### 2.11. Dorforganismen

#### Aufgaben und Aktivitäten

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

#### Gstaad

Nach dem intensiven Jubiläumsjahr war das diesjährige Geschäftsjahr eher ein «Standby-Jahr» für die Dorforganismen. David Schmid ist nun neuer Präsident. Zur aktiven Unterstützung für Anlässe, die fürs Dorfleben in authentischer Art und Weise wichtig sind, wurde ein neues Formular für Sponsoringanträge gestaltet. Nach wie vor ein Sorgenkind ist die «Grossbaustelle Gstaad». Beim Stammgäste- und Mitgliederapéro hat sich nur etwas mehr als die Hälfte der angemeldeten Gäste eingefunden. Eine äusserst positive Bilanz konnten die Sommeranlässe aufweisen.

#### Saanen

Das Dorfleben war durch rege Bautätigkeit eingeschränkt. Das Parkhaus Zentrum wurde am 12. Oktober 2013 feierlich eingeweiht. Ab Sommer 2014 ist der 1. Teil des Sanona-Konzeptes realisiert. Perspektiven eröffnen das neue 3\*-Hotel «Spitzhorn» und der Neubau der Jugendherberge «Rüblhorn». Der Verein Menuhin Center Saanen feierte das 10-Jahr-Jubiläum. Zu den Highlights zählten das Oberländische Gesangsfest, die Brocante, der erste Alpkäsemarkt und der Weihnachtsmarkt. Die Dorforganismen trug mit Blumen und Winterschmuck zur Dorfverschönerung bei.

#### Schönried

Die bereits zur Tradition gewordenen Veranstaltungen standen im Vordergrund. Zu den diversen vom Skiclub organisierten Rennen zählten das Sie + Er-Rennen mit Gäste-Apéro, der Grand Prix Migros und der Waterslide-Contest. Viele Gäste erholen sich vermehrt auf den gut präparierten Winterwanderwegen und Langlaufloipen. Der Gspan-Sufsunntag und die Feier zum Nationalfeiertag erwiesen sich als Publikumsmagnete. Überlegungen, wie das Dorf verschönert werden kann, laufen.

#### Saanenmöser

Nachdem der legendäre Funi, ein Vorläufer der modernen Standseilbahnen, über Jahre beim Spielplatz stand, wurde er im Oktober 2013 abtransportiert und an die Gstaader Messe gebracht. Er soll nach der Renovierung ins Verkehrshaus Luzern umziehen. Anlässe wie das «Dorf-Brätle», der National-Feiertag und die Waldweihnacht boten stimmungsvolle Atmosphäre.







### **Gsteig/Feutersoey**

Zahlreiche geschlossene Hotels und Restaurants trübten das Tourismusjahr. Lichtblicke am Tourismushimmel sind der Ausbau des Bergcamping Heiti um Hotelzimmer und ein Sitzungszimmer. Im Bären zog ein junges Wirtepaar ein und die Post ist durch die Integration im Lädeli länger geöffnet. Vorbereitungen für einen finanziell tragbaren öffentlichen Verkehr zum Arnensee sind in Bearbeitung. Das Touristenlager ist gut geführt und der Austausch mit dem Tourismusbüro Gsteig läuft sehr gut. Der grösste und wichtigste Anlass war erneut der Gsteig Märet. Die Ressourcen der Dorfgeneration wurden hauptsächlich für die vielen zu betreuenden Anlässe und für die Kreation eines neuen Winteranlasses, den «Talentschuppen», und einer neuen Wanderkarte gebraucht.



### **Lauenen**

Das Wintersaison-Ergebnis fiel erfreulich aus: über 77'500 Fahrten auf der Loipe wie auch beim Skilift. Auf wenig Gegenliebe stiessen die Sparmassnahmen des Kantons mit dem eingeschränkten Winterdienst auf diversen Staatsstrassen. Eine Herausforderung, Ehre und viel Arbeit bedeutete das mit dem Verein «K.U.H.» veranstaltete Openair mit der Gruppe Span am 10. August, das ganz im Zeichen des «Loueneseelieds» stand. Die Jubiläumsschau der Viehzuchtgenossenschaften 1 bis 3 auf dem Oeyboden war ebenfalls ein Erfolg. Für die Parkplatzsituation beim Lauenensee soll eine Lösung gefunden werden.



### **Turbach**

Dank des Bilderbuch-Winters nutzten zahlreiche Gäste und Einheimische die Langlaufloipe und Winterwanderwege. Der Trend zum Schneeschuhlaufen nimmt zu. Der Samichlaus erschien am 6. Dezember beim schön eingeschneiten Restaurant Sonne Stübli. Gast des Winteranlasses war Kobi Reichen, Bergsteiger aus Lauenen. Traditionsgemäss trafen sich Einheimische und Gäste am 1. August in der Wintermatte, wo am 30. Juni auch ein ökumenischer Gottesdienst stattfand.



### **Abländschen**

Am 1. Januar führte die Dorfgeneration Abländschen den ersten Umtrunk zum neuen Jahr durch. Der Anlass wurde von Einheimischen sowie Gästen gut besucht. Beim Winterwanderweg in den Schwand wurde die Linienführung ein wenig geändert, er wurde rege benutzt. Bei der Jahresversammlung am 16. Februar wurde Sabine Eggen neu in den Vorstand gewählt, nun ist der Dorfvorstand wieder komplett. Das Projekt Wanderweg Abländschen-Jaun wurde wieder aufgenommen. Der Taxidienst aus Jaun wurde rege genutzt.

# 3. JAHRESRECHNUNG 2012/13



## 3.1. Bilanz

	Bilanz 31.10.12		Bilanz 31.10.13	
<b>AKTIVEN</b>	<b>6'677'203</b>	<b>100%</b>	<b>6'592'789</b>	<b>100%</b>
<b>UMLAUFVERMÖGEN</b>	1'137'198	15.5%	1'117'685	17.0%
Flüssige Mittel	234'664	0.6%	215'600	3.5%
Forderungen	719'648	13.3%	774'842	10.8%
Warenvorräte	126'778	1.0%	108'567	1.9%
Aktive Rechnungsabgrenzung	56'107	0.6%	18'676	0.8%
<b>ANLAGEVERMÖGEN</b>	5'540'005	84.5%	5'475'104	83.0%
Finanzanlagen	40'000	0.3%	26'100	0.6%
Mobile Sachanlagen	50'004	0.8%	84'003	0.7%
Fahrzeuge	100'000	0.2%	110'000	1.5%
Immobilien Haus des Gastes	3'350'000	52.5%	3'250'000	50.2%
Übrige Immobilien	2'000'001	30.7%	2'005'001	30.0%
<b>PASSIVEN</b>	<b>6'677'203</b>	<b>100%</b>	<b>6'592'789</b>	<b>100%</b>
<b>KURZFRISTIGES FREMDKAPITAL</b>	1'957'967	31.2%	1'960'031	29.3%
Kurzfristiges Fremdkapital	1'184'068	22.9%	1'399'695	17.7%
Passive Rechnungsabgrenzung	773'899	8.4%	560'336	11.6%
<b>LANGFRISTIGES FREMDKAPITAL</b>	3'569'850	51.6%	3'472'450	53.5%
Darlehen öffentliche Hand	485'000	7.6%	470'000	7.3%
Hypotheken / Bankkredite	2'567'000	39.1%	2'567'000	38.4%
Rückstellungen langfristig	517'850	4.9%	435'450	7.8%
<b>EIGENKAPITAL</b>	1'112'862	17.2%	1'180'503	16.7%
Vereinsvermögen	936'961	14.3%	973'485	14.0%
Kontokorrent Dorforganisationen	175'901	2.9%	207'019	2.6%
<b>GEWINN</b>	36'524	0.0%	-20'196	0.5%

## 3.

## JAHRESRECHNUNG 2012/13

## 3.2. Erfolgsrechnung

	«Rechnung 2010/11»	«Rechnung 2011/12»	«Rechnung 2012/13»
<b>BETRIEBSERTRAG</b>	<b>10'162'569</b>	<b>10'851'147</b>	<b>11'211'733</b>
Ticket- und Warenverkauf	1'661'611	1'651'359	1'715'587
Kurtaxen netto	2'552'478	2'545'473	2'568'213
Marketingleistungen	32'388	12'277	17'910
Gemeinde- & Kantonsbeiträge	1'113'343	1'741'413	1'897'579
Tourismusförderungsabgabe	1'286'452	1'308'649	1'320'684
Direktreservation	1'764'617	1'808'491	1'900'473
Übrige Dienstleistungen	301'937	321'850	331'298
Liegenschaften	382'416	352'639	360'690
Welcome- & easyaccess cards	862'540	867'229	885'418
Dorfgenerationen	204'787	241'768	213'882
<b>SACHAUFWAND BETRIEB</b>	<b>6'120'686</b>	<b>6'737'189</b>	<b>6'929'125</b>
Ticket- und Warenaufwand	1'477'732	1'465'697	1'497'949
Gäste Information und Animation	148'841	128'731	134'451
Touristische Infrastrukturen	276'703	351'488	331'150
Marketing und Projekte	1'566'765	2'052'978	2'128'323
Direktreservation	1'583'317	1'629'298	1'737'952
Welcome- & easyaccess cards	862'540	867'229	885'418
Dorfgenerationen	204'787	241'768	213'882
<b>BRUTTOERGEBNIS 1</b>	<b>4'041'883</b>	<b>4'113'958</b>	<b>4'282'608</b>
<b>MITARBEITERAUFWAND</b>	<b>2'727'821</b>	<b>2'775'772</b>	<b>2'913'178</b>
<b>BRUTTOERGEBNIS 2</b>	<b>1'314'062</b>	<b>1'338'186</b>	<b>1'369'430</b>
<b>SONSTIGER BETRIEBSAUFWAND</b>	<b>993'331</b>	<b>982'713</b>	<b>1'010'533</b>
Raum-, IT- & Administrativaufwand	836'822	827'951	849'351
Liegenschaftsaufwand	156'508	154'762	161'182
<b>BETRIEBSERGEBNIS EBITDA</b>	<b>320'732</b>	<b>355'472</b>	<b>358'897</b>
<b>FINANZERFOLG</b>	<b>307'173</b>	<b>318'949</b>	<b>379'093</b>
Finanz-, Zins- & Leasingaufwand	129'811	90'908	89'146
Abschreibungen	192'682	310'827	326'389
Neutraler Erfolg	-15'320	-82'787	-36'441
<b>UNTERNEHMENSGEWINN</b>	<b>13'558</b>	<b>36'524</b>	<b>-20'196</b>
<b>CASH FLOW</b>	<b>206'240</b>	<b>347'351</b>	<b>306'193</b>



## 3.

## JAHRESRECHNUNG 2012/13

## 3.3. Detail öffentlich-rechtliche Erträge

	«Rechnung 2010/11»	«Rechnung 2011/12»	«Rechnung 2012/13»
<b>KURTAXEN NETTO</b>	<b>2'552'478</b>	<b>2'545'473</b>	<b>2'568'213</b>
<b>ERTRAG KURTAXEN BRUTTO</b>	<b>2'680'102</b>	<b>2'672'719</b>	<b>2'696'622</b>
Ertrag Kurtaxen HOTEL	879'790	858'448	936'449
Ertrag Krtx Gruppen / Camping	136'806	138'232	126'855
Ertrag Kurtaxenpauschalen	1'663'506	1'676'039	1'633'318
./.. Anteil Kurtaxen easyaccess	-127'624	-127'246	-128'409
<b>GEMEINDEN &amp; KANTON BERN</b>	<b>1'113'343</b>	<b>1'741'413</b>	<b>1'897'579</b>
Gemeindebeitrag Saanen	750'000	1'250'000	1'250'000
Gemeindebeitrag Lauenen	40'000	90'000	90'000
Gemeindebeitrag Gsteig	30'000	80'000	80'000
Gemeindebeitrag Zweisimmen	60'000	90'000	90'000
Kt. Bern Beherbergungsabgabe	233'343	231'413	387'579
<b>TOURISMUSFÖRDERUNGSABGABE</b>	<b>1'286'452</b>	<b>1'308'649</b>	<b>1'320'684</b>
Auswärtige Geschäftsbeiträge	27'485	28'035	27'485
TFA Saanen / Lauenen / Gsteig	951'967	953'614	966'199
TFA Beitrag Hotelierverein	240'000	260'000	260'000
TFA Zweisimmen	67'000	67'000	67'000

## 3.

## JAHRESRECHNUNG 2012/13

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

	Total	«Guest Relations (inkl. Ticketing)»	«Events (inkl. Beiträge)»	Infrastrukturen für
<b>BETRIEBSERTRÄGE NETTO</b>				
Nettoergebnis Warenverkauf	50'518	50'518	-	-
Dienstleistungserträge	483'306	108'228	20'669	122'236
Kommissionsertrag Direktreservation	162'521	162'521	-	-
Umteilung Gemeink. Erträge	-	76'273	5'299	21'989
<b>Total Betriebserträge vor Kurtaxen und Gemeindebeiträgen</b>	<b>696'346</b>	<b>397'540</b>	<b>25'968</b>	<b>144'226</b>
<b>BETRIEBSAUFWAND NETTO</b>				
Mitarbeiteraufwand	2'913'178	912'086	63'367	262'954
Sachkosten, Büro- & Kommunikationsaufwand	3'067'758	319'073	197'027	415'447
Nettoergebnis Liegenschaften	149'556	206'437	14'675	33'748
Abschreibungen, Zinsaufwand & Neutraler Erfolg	372'525	66'882	18'428	82'348
Gemeinkostenanteil Finanz&Administration	-	418'548	29'078	120'667
<b>Total Betriebsaufwand</b>	<b>6'503'018</b>	<b>1'923'027</b>	<b>322'575</b>	<b>915'164</b>
<b>Durch zweckbestimmte Beiträge zu deckender Betriebsaufwand (Kurtaxen, TFA &amp; Gemeinde)</b>	<b>5'806'672</b>	<b>1'525'487</b>	<b>296'607</b>	<b>770'938</b>
Kurtaxenerträge	2'568'213			
./. Durch Kurtaxen zu deckender Betriebsaufwand	-2'593'033			
<b>Unterdeckung Kurtaxen (Kurtaxendefizit)</b>	<b>-24'820</b>			
Verwendung zweckbestimmte Beiträge (TFA & Gemeinde)				
Erträge Tourismusförderungsabgabe (TFA)	1'320'684			
Gemeindebeiträge Marketing	1'130'000			
Kantonsbeitrag Marketing	387'579			
./. Aufwände Marketing & PR / externe Projekte	-3'213'639			
<b>Unterdeckung Marketing &amp; Verkauf</b>	<b>-375'376</b>			
Gemeindebeiträge nicht zweckbestimmt	380'000			
./. Unterdeckung Kurtaxen (Kurtaxendefizit)	-24'820			
./. Unterdeckung Marketing & Verkauf	-375'376			
<b>UNTERNEHMENSVERLUST</b>	<b>-20'196</b>			

Gäste	Marketing / PR	Gemeinkosten: GL + Finanz & Administra- tion + EDV + Projekte
	-	-
	61'938	170'235
	-	-
	66'674	-170'235
	<b>128'612</b>	-
	797'302	877'469
	1'988'280	147'930
	58'699	-164'002
	132'096	72'772
	365'875	-934'169
	<b>3'342'252</b>	-
	<b>3'213'639</b>	-



## 3.

## JAHRESRECHNUNG 2012/13

## 3.5. Abschreibungstabelle

	Bilanzwert	Zuwachs	Wert per	Abschreibungen		Bilanzwert
	01.11.2012	12/13	31.10.2013	PER 31.10.13		01.11.2013
<b>ANLAGEVERMÖGEN</b>	<b>5'540'005</b>	<b>261'488</b>	<b>5'801'493</b>	<b>326'389</b>	<b>5.6%</b>	<b>5'475'104</b>
<b>WERTSCHRIFTEN</b>	<b>40'000</b>	<b>6'000</b>	<b>46'000</b>	<b>19'900</b>	<b>43.3%</b>	<b>26'100</b>
<b>MOBILE Sachanlagen</b>	<b>50'004</b>	<b>117'514</b>	<b>167'518</b>	<b>83'515</b>	<b>49.9%</b>	<b>84'003</b>
Büromobilien	10'000	27'952	37'952	17'952	47.3%	20'000
EDV Anlagen	40'000	71'762	111'762	56'762	50.8%	55'000
Büromaschinen	1	-	1	-	0.0%	1
Maschinen	1	17'800	17'801	8'801	49.4%	9'000
Werkzeug	1	-	1	-	0.0%	1
Mobilien Whg S'möser	1	-	1	-	0.0%	1
			-			
<b>FAHRZEUGE</b>	<b>100'000</b>	<b>109'371</b>	<b>209'371</b>	<b>99'371</b>	<b>47.5%</b>	<b>110'000</b>
Fahrzeuge	30'000	85'880	115'880	55'880	48.2%	60'000
Werkfahrzeug	70'000	23'491	93'491	43'491	46.5%	50'000
<b>IMMOBILIEN SACHANLAGEN</b>	<b>5'350'001</b>	<b>28'603</b>	<b>5'378'604</b>	<b>123'603</b>	<b>2.3%</b>	<b>5'255'001</b>
Immobilien Haus des Gastes	4'800'000	-	4'800'000	100'000	3.0%	4'700'000
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
Infrastruktur (Infochalets)	-	26'526	26'526	6'526	24.6%	20'000
Campingplatz Saanen	1'100'000	-	1'100'000	15'000	1.4%	1'085'000
Tennisplatz Saanen	1	-	1	-	0.0%	1
Garagenplatz Schönried	30'000	-	30'000	-	0.0%	30'000
Tennisplatz Schönried	40'000	2'077	42'077	2'077	4.9%	40'000
Stwe Chalet Birke Saanenmöser	540'000	-	540'000		0.0%	540'000
				<b>326'389</b>	<b>5.6%</b>	

3.

JAHRESRECHNUNG 2012/13

### 3.6. Bericht der Revisionsstelle



ribo treuhand ag  
gstaad

Gstaad Saanenland Tourismus  
Geschäftsprüfungskommission  
z. H. Präsident Walter Heer  
Promenade 41  
3780 Gstaad

Gstaad, 20. Januar 2014/JH

#### **Bericht der Revisionsstelle zur Eingeschränkten Revision für die Rechnung 2012/2013**

Sehr geehrte Damen und Herren

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz und Erfolgsrechnung) des Vereins Gstaad Saanenland Tourismus für das am 31. Oktober 2013 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

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

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

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

ribo treuhand ag

J. Horn  
Revisionsexperte

L. Bieri  
Revisorin

Lauenenstrasse 34 | Postfach 370 | 3780 Gstaad | Telefon 033 744 72 22 | Telefax 033 744 66 36  
E-Mail: ribo@bluewin.ch | www.ribotreuhand.ch

Mitglied TREUHAND | SUISSE

### 3.7. Bericht der Geschäftsprüfungskommission

Die Geschäftsprüfungskommission hat im Geschäftsjahr 2012/13 drei Sitzungen durchgeführt. Den Mitgliedern der Geschäftsprüfungskommission standen als Arbeitsunterlagen die Sitzungsprotokolle des GST-Vorstandes, die Vorstands-Informationspapiere der Geschäftsleitung, die Kontroll-Berichte der T & R Oberland AG, die Budgets und die Geschäftsabschlüsse sowie der Revisorenbericht der ribo treuhand ag zur Verfügung. An den jeweiligen GPK-Sitzungen nahmen neben den GPK-Mitgliedern der Vertreter des Vorstandes, Herr Andreas Hurni, der Direktor, Herr Martin Bachofner, sowie bei Bedarf Herr Michel Matti, Leiter Finanzen, 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, Kompetenzregelung und -ausübungen sowie die Geschäftstätigkeit im Geschäftsjahr 2012/2013 den GST-Statuten entsprochen haben.

#### 2 Umsetzung der Beschlüsse

Die GPK bestätigt, dass im Geschäftsjahr 2012/13 die Umsetzung der Beschlüsse innerhalb GST von den verantwortlichen Instanzen termin-, ziel- und fachgerecht erfolgt ist. Wo eine Umsetzung nicht direkt möglich war, wurde diese an die Hand genommen.

#### 3 Jahresrechnung und Bilanz

Trotz Veränderungen, stetigem Druck und steigenden hohen Anforderungen im Tourismusbereich wurde ein wesentlich tieferer Verlust ausgewiesen als budgetiert. Der GST hat die Aufgabe, Gelder zielgerecht, nachhaltig, aber auch verantwortungsbewusst zugunsten einer touristischen Weiterentwicklung

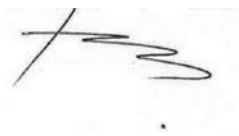
unserer Destination auszugeben. Sowohl die Kontrollberichte der T & R Oberland AG als auch der Revisionsbericht der ribo treuhand ag stellen GST im Bereich ihrer jeweiligen Prüfungsverantwortung ein gutes Zeugnis aus.

Stillstand oder Ausruhen bedeutet, dass andere Tourismusregionen im hart umkämpften Markt auf- und überholen. Das Vorhandene genügt im heutigen Wettbewerb nicht mehr. Innovative Ideen auf der touristischen wie auch volkswirtschaftlichen Ebene sind gefragt und sollen umgesetzt werden. Kräfte und Stärken müssen gebündelt und koordiniert, die daraus resultierenden Synergien unbedingt genutzt werden. Auch im Destinationsdenken bedeuten Wachstum und gemeinsame Ausrichtung als Einheit Stärke, einen Vorteil gegenüber den Mitbewerbern, auch in Zukunft erfolgreich zu sein. GST hat dies erkannt und übernimmt Verantwortung. GST lebt diese so wichtige Rolle für die nachhaltige Entwicklung unserer Region als Vorzeigedestination vor. Die GPK nimmt die vom Vorstand und der Geschäftsleitung eingeschlagene Vorwärtsstrategie mit Genugtuung zur Kenntnis.

Die GPK dankt dem Vorstand, der Geschäftsleitung und allen Mitarbeitenden für ihren unermüdlichen Einsatz im Geschäftsjahr 2012/13.

Mit freundlichen Grüssen  
Geschäftsprüfungskommission GST

3. Februar 2014  
Walter Heer, Präsident



# 4. PROTOKOLL DER 20. ORDENTLICHEN HAUPTVERSAMMLUNG 2013

## Hauptversammlung 2013 im Gstaad Palace, Gstaad

Datum: 7. März 2013, Gstaad Palace Gstaad,  
20.15 bis 21.55 Uhr

Anwesende Vorstandsmitglieder: Andreas Hurni (Präsident), Andrea Scherz (Vizepräsident, erscheint später wegen anderer Verpflichtung), Hanspeter Tinner, Jürg Schwenter, Eric Oehrl, Emanuel Raaflaub, Christiane Matti (erscheint später wegen anderer Verpflichtung), Hansueli Brand, Günter Weilguni

Der Geschäftsbericht 2011/12 und die Statuten liegen an der Versammlung auf.

Anwesende Mitglieder gemäss Präsenzliste: 101  
Gesamtzahl Anwesende: 131  
Entschuldigungen: Aldo Kropf (Gemeindepräsident Saanen) Erich von Siebenthal (Nationalrat), Matthias Oehrl (neu zu wählendes Vorstandsmitglied) und diverse Privatpersonen

### 1. Begrüssung

Andreas Hurni begrüsst die anwesenden Gäste und stellt fest dass die Versammlung gemäss den Statuten einberufen wurde. Er bedankt sich für das zahlreiche Erscheinen und das Interesse.

Namentlich werden Anne Speiser (Gemeindepräsidentin Zweisimmen), Matthias Matti (Präsident Zweisimmen Tourismus), Patrick Bauer (Geschäftsführer Zweisimmen Tourismus), Michael Teuscher (Regierungsstatthalter), Bethli Küng (Grossrätin), Hans Neuenschwander (Präsident Lenk-Simmental Tourismus), Martin Knöri (Geschäftsführer Gstaad Mountain Rides), Markus Willen (Gemeinde- und Gemeinderatspräsident Gsteig), Armon Cantieni (Direktor Bergbahnen Destination Gstaad AG) und Rudolf Trachsel (Gemeinde- und Gemeinderatspräsident Lauenen) begrüsst.

Als Stimmzähler werden Beatrice Reuteler und Martin Knöri gewählt. Präsident Andreas Hurni weist in seinen einleitenden Worten auf die diversen positiven Aspekte des vergangenen Geschäftsjahres hin. Es liegt ein positiver Rechnungsabschluss vor. Die Region steht besser da als der Durchschnitt der Destinationen im Berner Oberland. Dies ist ein Ansporn, noch besser zu werden!

### 2. Protokoll der 19. ordentlichen Hauptversammlung vom 20. März 2012

Das im Geschäftsbericht veröffentlichte Protokoll wird einstimmig genehmigt und verdankt.

### 3. Tätigkeiten im Vorstand, Jahresbericht und Jahresrechnung, Bericht GPK

#### 3.1 Tätigkeiten im Vorstand

Der Präsident hebt drei Themen aus den Tätigkeiten des Vorstandes hervor: das Destinationsmanagement-Planspiel (Weiterbildungsseminar), «Gstaad 2020plus» (Umsetzung des Leitbildes) und die Tourismuspolitik im Kanton Bern (Gründung und Beteiligung an der BE! Tourismus AG).

Das Destinationsmanagement-Planspiel hat auf spielerische Weise den Vorstand stark gefordert. Es ging darum, Verständnis für Aufgaben anderer wichtiger Leistungsträger zu schaffen (beispielsweise Bergbahnen, Hotel), Zusammenhänge und Abhängigkeiten innerhalb einer Destination zu erkennen, das Anwenden von Wissen aus den Bereichen Destinationsmanagement, Marketing, Finanzen und Kommunikation. Dieses Planspiel schärfte das Erkennen der Bedeutung einer ganzheitlichen Destinationsstrategie.



### «Gstaad 2020plus»: der Regionalvertrag

Die wichtigsten Schritte im Geschäftsjahr waren die Vereinsgründung, die Zusammenarbeit mit «Enjoy Switzerland», die Anstellung eines Projektleiters in der Person von Thomas Tschuor, die Sicherstellung der Finanzierung durch die Mitglieder sowie den Kanton Bern. Ideengenerierung, Denken und Handeln.

### Tourismuspolitik im Kanton Bern - wohin geht die Reise?

Im Vorjahr war Regierungsrat Andreas Rickenbacher als Gast an der HV und berichtete, was mit dem Berner Tourismusgesetz vorgesehen sei. Die BE! Tourismus AG wurde mittlerweile gegründet. Die Unternehmung ist eine Gesellschaft, welche die touristische Marktbearbeitung für den Kanton Bern bündelt und primär in den Kernmärkten aktiv sein wird. Das Jahresbudget von ca. 4,5 Millionen Schweizerfranken ist im Vergleich zu anderen Tourismuskantonen eher bescheiden. Finanziert wird die Aktiengesellschaft durch Staatsmittel und durch die Erhöhung der Beherbergungsabgabe um CHF 0.40. GST war durch den Präsidenten und den Direktor massgeblich am Prozess beteiligt. Sandra Matti (Verwaltungsrätin), Andrea Sprenger-von Siebenthal und Martin Bachofner (beide Marketingausschuss) werden auch in Zukunft in der AG Einfluss nehmen. GST konnte die Wichtigkeit der Region geltend machen. Andreas Hurni übergibt das Wort an Martin Bachofner.

Direktor Martin Bachofner begrüsst die Anwesenden. Er macht einen Rückblick aufs Tourismusjahr, erläutert Auszüge aus dem Geschäftsbericht und wagt einen Blick in die Zukunft.

### 3.2 Jahresbericht 2011/12

Im 2011 durfte das Saanenland einen goldenen Herbst erleben. Dieser Herbst hatte aber auch seine Kehrseite – der Schnee liess lange auf sich warten. Dies stellte alle vor eine grosse Herausforderung. Mitte Dezember wurde das Saanenland endlich eingeschneit. Eine Kälteperiode Ende Januar/anfangs Februar sorgte dafür, dass das Wintervergnügen bei schönem Wetter und besten Verhältnissen bis weit in den März dauerte. Trotz perfekter Bedingungen blieben die Gäste aus den europäischen Kernmärkten weitgehend fern.

Der Sommer war wetter- und gästemässig durchgezogen. Im Sommer hat sich die Lage in den europäischen Märkten trotzdem ein wenig stabilisiert.

Im vergangenen Geschäftsjahr verzeichnete die Destination einen Logiernächterückgang von –1,8% gegenüber dem Vorjahr. Stabilisierend waren die Übernachtungen in den Ferienwohnungen (+0,4%), im Gegenzug musste die Hotellerie einen Rückgang (–3,2%) hinnehmen. Der Winter 2011/12 litt noch viel stärker an der Eurokrise, während sich die Märkte im Sommer 2012 etwas erholt haben.

Die Entwicklung in den neuen Märkten ist erfreulich. Zu den neuen Märkten zählen Brasilien, Indien, China und die Golfstaaten (im Winter 2011/12 +3,5%, im Sommer 2012 +14,9%). In absoluten Zahlen ausgedrückt sind dies 8446 Logiernächte, was rund 2,8% aller Hotellogiernächte ausmacht. Nicht zu vergessen sind die Übernachtungen in Ferienwohnungen (können leider statistisch nicht erfasst werden). Im Vergleich dazu ist der Anteil der Schweizer in der Hotellerie mit 62,5% der grösste Anteil. Deutschland folgt mit 7%, Frankreich mit 6,5% und Grossbritannien mit 4,2%.

Seit der Hochkonjunkturphase 2006/07 sind die Ferienwohnungsumsätze stark gestiegen. Das Produkt Ferienwohnung ist beim Gast gefragter denn je. Die Hotellerie ist nach einigen schwierigen Jahren mit teilweise massiven Rückgängen mittlerweile wieder auf dem Niveau von 2002/03 angelangt.

Im Benchmark mit anderen Destinationen hat Gstaad weniger verloren. Die Destination Interlaken liegt mit einer Steigerung der Hotellogiernächte von +4,0% im positiven Bereich. Dieses positive Resultat ist darauf zurückzuführen, dass Interlaken schon sehr früh in den neuen Märkten präsent war.

Nebst der Hauptaufgabe, dem Destinationsmarketing, ist GST nach wie vor ein veritabler «Gemischtladen», was sich an der täglichen, vielseitigen, spannenden, aber auch herausfordernden Arbeit zeigt. Martin Bachofner gibt einen kurzen Einblick auf die verschiedenen Tätigkeitsfelder der Infrastrukturen, Guest Relations, Marketing und Public Relations. An der letztjährigen HV wurde die Finanzierungsinitiative im Marketing vorgestellt, in welcher der Marketingpush eine wichtige Rolle spielte. Martin Bachofner bedankt sich an dieser Stelle noch einmal ganz

herzlich bei den Gemeinden Saanen, Gsteig, Lauenen und Zweisimmen sowie beim Stimmvolk für das Gutheissen des Antrages.

Die gesprochenen Gelder sind zweckgebunden und wurden wie folgt investiert:

- Festigung Stammmarkt Schweiz, Schlagkraft bei Saisonrandkampagnen Hauptmarkt Schweiz
- Halten der Schlüsselmärkte Europa, Erreichen einer aktiven Präsenz, Verkaufsförderung in den Schlüsselmärkten Deutschland, Frankreich, Benelux und Grossbritannien
- Aufbau neuer Märkte, Schlagkraft im gehobenen Angebotsbereich (Genuss, Wellness, alpine Echtheit) in Wachstumsmärkten
- Ausbau des Markenschutzes
- Mehr Schlagkraft im Online Marketing
- Basismarketing
- MICE (meetings, incentives, conventions, events)  
Zur Erreichung dieser Marketingziele hat die Abteilung Public Relations ebenfalls stark mitgeholfen. Folgende Verbesserungen / Neuerungen konnten dank dem Marketingpush umgesetzt werden:
  - Aufbau einer Salesabteilung
  - Verstärkung des Teams durch einen Sales-Mitarbeiter
  - Personelle Verstärkung im E-Marketing durch eine weitere Mitarbeiterin
  - Produktmarketing; in Magazinen und Inseraten wurde die Destination Gstaad in der Schweiz und in den Schlüsselmärkten beworben.
  - Die strategische Partnerschaft mit dem Fussballclub Berner Young Boys war ein Highlight im Marketingbereich. Das primäre Ziel der Zusammenarbeit mit Gstaad Mountain Rides liegt darin, die Destination im Einzugsgebiet Bern als Schneesporthdestination wieder bekannter zu machen. In zweiter Linie kann GST die Leistungsträger auf YB-Plattformen vermitteln.
  - Die PR-Abteilung wirkt flankierend um die Marketing-Zielsetzungen zu erreichen. Mit Luca Hänni, dem Gewinner der Sendung DS DS (als grossem Gstaad Fan), wurden in Deutschland schöne Fernsehbilder der Destination ausgestrahlt.

Martin Bachofner wagt einen Blick in die Kristallkugel und erklärt die Weiterentwicklung des Tourismus. Gemäss der Konjunkturforschungsstelle BAK

Basel wird das Jahr 2013 ein Übergangsjahr. Eine mögliche Erholung des Tourismus erfolgt im Jahr 2014 und 2015. Schweiz Tourismus schätzt die Lage ähnlich ein.

Der Winter 2012/13 hat sehr gut begonnen. In allen Märkten sind gegenüber dem Vorjahr Zuwächse ersichtlich. Dies ist jedoch auch auf einige neue Hotels zurückzuführen.

Die Umsatzzahlen in der Direktreservation sind im Winter 2012/13 gestiegen.

### 3.3 Jahresrechnung 2011/12

Martin Bachofner erläutert die wichtigsten Positionen der Jahresrechnung. Die Kurtaxenerträge haben im vergangenen Jahr um 0,3% abgenommen. Im Marketing wurden CHF 2'052'978.– ausgegeben (plus CHF 486'213.–). Das gute Jahresergebnis erlaubte Abschreibungen im Wert von CHF 310'827.–. Beim Personalaufwand konnte durch die Reorganisation der Mitarbeiter der Guest Relations einerseits Aufwand eingespart werden, andererseits wurden in der Marketingabteilung zwei neue Mitarbeiter eingestellt. Der hohe Cashflow liegt an Abschreibungen von Liegenschaften, Sachanlagen, Fahrzeugen und Wertschriften. Mit dem Gewinn von CHF 36'524.– konnte ein Cashflow von CHF 347'351.– verbucht werden.

Der Direktor bedankt sich beim Vorstand und den Mitarbeitern von GST für die angenehme und gute Zusammenarbeit sowie seiner Partnerin für die Unterstützung, die sie ihm im letzten Jahr gegeben hat.

### 3.4 Bericht Geschäftsprüfungskommission GPK

Der Präsident der GPK, David Matti, hält fest, dass das Geschäftsjahr 2011/12 aus Sicht der GPK normal und statutenkonform verlaufen ist. Er hat keine weiteren Ergänzungen und es werden keine Fragen zu Jahresbericht, Jahresrechnung oder Bericht 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 Ersatz- und Neuwahlen Vorstand

Wegen Amtszeitbeschränkung treten Andrea Scherz (Vizepräsident) und Eric Oehrli aus dem Vorstand aus. Emanuel Raaflaub, neu Gemeinderat Saanen, hat sich entschieden auf Grund der Doppelfunktion aus dem Vorstand auszutreten. Als Ersatzwahlen werden Christa Hauswirth (Sekretärin, Gstaad), David Matti (Anwalt und Notar, Saanen) und Matthias Oehrli (Landwirt, Lauenen) vorgeschlagen. Nach einer kurzen Vorstellungsrunde werden alle drei einstimmig gewählt.

### 6.2 Ersatz- und Neuwahlen Geschäftsprüfungskommission GPK

Als neu gewähltes Vorstandsmitglied tritt David Matti aus der Geschäftsprüfungskommission aus. Therese Aeschbacher und Hansueli Hauswirth treten ebenfalls aus der Kommission zurück. Als Ersatzwahl werden Ruth Oehrli (Gemeinderätin, Lauenen), Simon Graa (Bankkaufmann, Gsteig) und Philipp Reber (Ingenieur-Optiker, Gstaad) vorgeschlagen. Alle drei Neuzugänge werden nacheinander einstimmig in die GPK gewählt. Der Präsident bedankt sich für das Vertrauen.

## 7. Verschiedenes

### 7.1 Verabschiedung scheidender Vorstands- und GPK-Mitglieder

Andreas Hurni bittet die drei scheidenden GPK-Mitglieder auf die Bühne. Der Präsident bedankt sich bei David Matti, Hansueli Hauswirth und Theres Aeschbacher für ihre wertvolle Arbeit und überreicht ihnen ein Präsent.

Andrea Scherz, Eric Oehrli und Emanuel Raaflaub werden ebenfalls verabschiedet. Eric Oehrli scheidet auf Grund der Amtszeitbeschränkung (8 Jahre) aus dem Vorstand aus. Eric Oehrli hat sich neu dem Verein 2020plus als Vorstandsmitglied zur Verfügung gestellt. Emanuel Raaflaub war 6 Jahre im Vorstand und ist nun im Gemeinderat Saanen als Kenner des Tourismus vertreten. Andrea Scherz war 9 Jahre im

Vorstand von GST, 6 davon als Vizepräsident. Seine grossen Sachkenntnisse und die allgemeinen Kenntnisse im Tourismus aus aller Welt wurden sehr geschätzt. Eric Oehrli und Emanuel Raaflaub erhalten einen guten Tropfen Wein zum Abschied. Andrea Scherz wird eine Ruhebank mit der Aufschrift «Andrea Scherz, Vorstand GST 2004–2013. Wünschen Ihnen einen schönen Aufenthalt» übergeben. Andrea Scherz wird die Ruhebank an einem von ihm gewählten Standort aufstellen.

### 7.2 Danksagungen

Andreas Hurni bedankt sich bei den Anwesenden, bei der Geschäftsleitung und dem Vorstand, jedem einzelnen Mitarbeiter, welcher GST mitträgt und mitarbeitet. Sein Dank geht auch an alle Organisationen, die im Verein «Gstaad 2020plus» vereint mitarbeiten.

### 7.3 Mitteilungen

Die nächste Hauptversammlung findet am Dienstag, 11. März 2014, um 20.00 Uhr im Hotel Landhaus in Saanen statt.

Im Anschluss unterhält der englische, in der Schweiz wohnhafte Schriftsteller Diccon Bewes die Anwesenden. Mit Witz und auch etwas Ironie nimmt er die Schweizer Gastfreundschaft aus der Sicht eines Ausländers unter die Lupe. Nach dem Auftritt von Bewes lädt Andreas Hurni zum gemeinsamen Apéro ein.

Andreas Hurni, Präsident



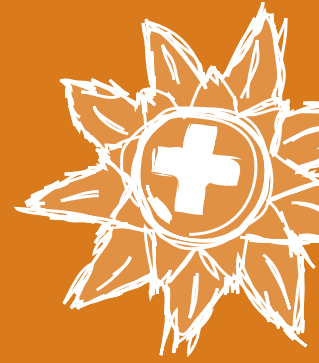
Andreas Zoppas, Protokollführer











# 5. GESCHÄFTSFÜHRUNGS- UND VERWALTUNGSORGANE (Stichtag 31. Oktober 2013)

## **Vorstand Gstaad Saanenland Tourismus**

(In Klammern Eintrittsjahr)

Andreas Hurni (2008), Präsident seit 1.1.2009  
David Matti (2013), Vizepräsident  
Jürg Schwenter (2008)  
Christiane Matti (2011)  
Hansueli Brand (2011)  
Günter Weilguni (2011)  
Hanspeter Tinner (2012)  
Christa Hauswirth (2013)  
Matthias Oehrli (2013)

## **Direktor**

Martin Bachofner (2011)

## **Geschäftsprüfungskommission**

Walter Heer, Präsident (2007)  
Kurt Gyger, Vizepräsident (2005)  
Ruth Oehrli (2013)  
Simon Graa (2013)  
Philipp Reber (2013)

## **Dorfvorstände**

### **Gstaad**

David Schmid, Präsident  
Adrian Friedli Vizepräsident  
Claudia von Siebenthal Fust  
Monica Bigler  
Marcel Romang  
Barbara Kernen

### **Saanen**

Ruedi Baumer, Präsident  
Niclas Baumer, Vizepräsident  
Beat Anderegg  
Markus S. Bach  
Lisette Chevalier  
Ernest Marmet  
Rolf Schmid

### **Schönried**

Rolf Schwenter, Präsident  
Cornelia Frautschi  
Kurt Gyger  
Bethli von Grünigen  
Carole von Siebenthal  
Johny Wyssmüller

### **Saanenmöser**

Brigitte Hoefliger, Präsidentin  
Andreas Huggler  
Marc Rüdisühli  
Heidi Schopfer-Hefti  
Jürg Tschanz  
Markus Sprenger

### **Lauenen**

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

### **Gsteig-Feutersoey**

Blanca Burri-Bättig, Präsidentin  
Erika Hauswirth-Hauri, Vizepr.  
Marianne Raaflaub-Schopfer  
Marietta Jaggi  
Florian Sumi  
Arnold Müllener

### **Turbach**

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

### **Abländschen**

Hanspeter Dänzer, Präsident  
Armin Poschung jun.  
Martin Stocker  
Patrick Jäger  
Sabine Eggen

## 6. TOURISMUS-STATISTIK

### 6.1. Überblick über die Logiernächte-Entwicklung

Das Total der Logiernächte fürs Geschäftsjahr 2012/13 ist gegenüber dem Vorjahr mit plus 3,1 % positiv ausgefallen. Die Hotellogiernächte haben um 6,7% zugenommen. Im Vergleich mit den letzten 5 Jahren haben wir knapp den Mittelwert von 325'030 Logiernächten verpasst. Bei den Ferienwohnungsgästen besteht leider seit der Einführung der Zwangspauschale keine genaue Statistik. Auf Grund von nachträglichen Kurtaxenpauschalrechnungen wurden die Jahre 2007/08 bis 2011/12 leicht korrigiert, denn wir sind überzeugt, dass hier die Logiernächte seit 2007/08 stabil sind. Bei den Gruppenunterkünften und Campinggästen ist ein Plus von 9,6% zu verzeichnen, oder ein Plus von 2,4% gegenüber dem Mittelwert der letzten 5 Jahre.

#### Logiernächte-Entwicklung

<b>WINTER</b>	<b>2007/08</b>	<b>2008/09</b>	<b>2009/10</b>	<b>2010/11</b>	<b>2011/12</b>	<b>2012/13</b>	<b>+/-</b>	<b>in%</b>
Hotels	202'681	189'333	190'635	174'433	164'902	178'393	13'491	8.2%
Ferienwohnungen	339'247	339'952	340'913	341'366	341'619	341'908	288	0.1%
Gruppenunterk./Camping	54'659	49'305	53'191	54'977	48'791	48'150	-641	-1.3%
<b>TOTAL WINTER</b>	<b>596'587</b>	<b>578'590</b>	<b>584'739</b>	<b>570'776</b>	<b>555'313</b>	<b>568'451</b>	<b>13'138</b>	<b>2.4%</b>
<b>SOMMER</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>+/-</b>	<b>in%</b>
Hotels	168'272	158'930	147'057	138'627	138'069	144'773	6'704	4.9%
Ferienwohnungen	226'165	226'635	227'276	227'577	227'746	227'938	192	0.1%
Gruppenunterk./Camping	46'744	47'955	44'971	46'596	42'410	51'845	9'435	22.2%
<b>TOTAL SOMMER</b>	<b>441'181</b>	<b>433'520</b>	<b>419'304</b>	<b>412'800</b>	<b>408'225</b>	<b>424'556</b>	<b>16'331</b>	<b>4.0%</b>
<b>WINTER UND SOMMER</b>	<b>2007/08</b>	<b>2008/09</b>	<b>2009/10</b>	<b>2010/11</b>	<b>2011/12</b>	<b>2012/13</b>	<b>+/-</b>	<b>in%</b>
Hotel	370'953	348'263	337'692	313'060	302'971	323'166	20'195	6.7%
Ferienwohnungen	565'412	566'587	568'189	568'943	569'365	569'846	481	0.1%
Gruppenunterk./Camping	101'403	97'260	98'162	101'573	91'201	99'995	8'793	9.6%
<b>TOTAL JAHR</b>	<b>1'037'768</b>	<b>1'012'110</b>	<b>1'004'043</b>	<b>983'576</b>	<b>963'538</b>	<b>993'007</b>	<b>29'469</b>	<b>3.1%</b>

(Basis: Kurtaxenstatistik GST Stand 31. Dezember 2013)

## 6.

## TOURISMUS-STATISTIK

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

Die insgesamt Zunahme der Hotellogiernächte um 6,7 % entwickelte sich in den jeweiligen Kategorien unterschiedlich. Die deutlichste Zunahme von 17'640 Logiernächten verzeichnen die 5\*-Hotels, dies natürlich wegen des neu eröffneten Hotel «The Alpina Gstaad». Der kleine Zuwachs von 1,6 % bei den 3\*-Hotels ist auf die Schliessung wegen des Neubaus Hotel «Spitzhorn» zurückzuführen. Auch der Neubau der Jugendherberge hat Einfluss auf die Statistik.

	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	+/-	in %
5*-Hotels	105'365	90'791	80'657	62'311	77'542	95'182	17'640	22.7%
4*-Hotels	140'490	132'046	132'060	131'793	118'389	120'006	1'617	1.4%
3*-Hotels	93'848	97'805	98'369	94'469	87'404	88'820	1'416	1.6%
Übrige	31'250	27'621	26'606	24'487	19'636	19'158	-478	-2.4%
<b>TOTAL HOTELLERIE</b>	<b>370'953</b>	<b>348'263</b>	<b>337'692</b>	<b>313'060</b>	<b>302'971</b>	<b>323'166</b>	<b>20'195</b>	<b>6.7%</b>

Basis: Kurtaxenstatistik GST Stand 31. Dezember 2013

**Hotelauslastungs-Statistik**

Die Zahl der verfügbaren Hotelbetten hat sich gegenüber dem Vorjahr nur wenig verändert. Die Neueröffnung des Hotels «The Alpina Gstaad» wurde mit der Schliessung für den Neubau des Hotels «Spitzhorn» praktisch ausgeglichen. Die durchschnittliche Betten-Auslastung der Hotels hat sich gegenüber dem Vorjahr um 1,2 auf 35,6 % verbessert.

	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	+ / -
Total Betten	2'495	2'507	2'565	2'511	2'558	2'530	-28
Verfügbare Betten / Jahr *	910'675	890'820	862'535	859'465	880'960	907'120	26'160
Logiernächte	370'953	348'263	337'692	313'060	302'971	323'166	20'195
<b>AUSLASTUNG</b>	<b>40.7%</b>	<b>39.1%</b>	<b>39.2%</b>	<b>36.4%</b>	<b>34.4%</b>	<b>35.6%</b>	<b>1.2%</b>

\* Anzahl vorhandene Betten multipliziert mit den jeweiligen Betriebstagen

**Detailstatistik Hotellerie nach Herkunftsländern**

Im Berichtsjahr ist bei den Schweizer Gästen eine erfreuliche Zunahme von 6,4 % und bei den Gästen aus Frankreich sogar ein Plus von 12,8 % zu verzeichnen. Bei den Logiernächten aus Asien konnten 3'736 mehr gezählt werden, was ein Plus von 37,5 % ausmacht. Deutschland zeigt sich mit einem Minus von 1'120 Logiernächten (6,3 %) als der am stärksten rückläufige Markt.

Herkunftsland	2007/08		2008/09		2009/10		2010/11		2011/12		2012/13	
	Über-nachtungen	Anteil in %	Über-nachtungen	Anteil in %	Über-nachtungen	Anteil in %	Über-nachtungen	Anteil in %	Über-nachtungen	Anteil in %	Über-nachtungen	Anteil in %
Schweiz	230'478	62.1%	214'984	61.7%	204'031	60.4%	192'650	61.5%	189'684	62.6%	201'918	62.5%
Deutschland	32'049	8.6%	28'836	8.3%	27'314	8.1%	22'515	7.2%	21'333	7.0%	20'213	6.3%
Frankreich	23'135	6.2%	22'690	6.5%	22'143	6.6%	19'311	6.2%	19'594	6.5%	22'105	6.8%
Benelux	21'501	5.8%	20'013	5.7%	20'828	6.2%	17'983	5.7%	13'621	4.5%	14'111	4.4%
Grossbritannien	14'890	4.0%	14'612	4.2%	15'222	4.5%	13'688	4.4%	12'819	4.2%	13'239	4.1%
Spanien+Port.	6'691	1.8%	6'577	1.9%	5'779	1.7%	5'635	1.8%	5'000	1.7%	4'674	1.4%
Italien	6'883	1.9%	6'782	1.9%	6'961	2.1%	5'707	1.8%	5'285	1.7%	5'522	1.7%
Russland	4'889	1.3%	4'850	1.4%	4'689	1.4%	4'866	1.6%	5'158	1.7%	5'530	1.7%
Übriges Europa	11'655	3.1%	11'355	3.3%	10'695	3.2%	10'743	3.4%	9'133	3.0%	8'767	2.7%
USA	7'662	2.1%	7'553	2.2%	8'116	2.4%	8'113	2.6%	8'564	2.8%	9'730	3.0%
Asien/Ozean	7'667	2.1%	7'168	2.1%	8'506	2.5%	8'798	2.8%	9'950	3.3%	13'686	4.2%
Uebrige	3'453	0.9%	2'843	0.8%	3'408	1.0%	3'051	1.0%	2'830	0.9%	3'671	1.1%
<b>TOTAL</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>	<b>323'166</b>	<b>100%</b>

(Basis: Kurtaxenstatistik GST Stand 31. Dezember 2013)

### Hotellerie aufgliedert nach Dörfern

Die Übernachtungsstatistik nach Dörfern weist gegenüber dem Vorjahr diverse Verschiebungen auf: Der Gewinner ist Gstaad mit zusätzlichen 12'742 Logiernächten (Neueröffnung «The Alpina Gstaad»). Auch Saanenmöser liegt mit einem Plus von 11 % deutlich über dem Mittelwert von 6,7 %.

	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	+ / - in LN	+ / - in %
Gstaad	164'439	147'381	137'560	135'373	130'763	143'505	12'742	9.7%
Schönried	98'775	97'378	97'999	96'325	76'631	74'351	-2'280	-5.4%
Saanen	56'381	51'756	50'825	29'552	41'970	47'345	5'375	7.0%
Saanenmöser	35'926	35'491	37'312	38'580	40'691	45'156	4'465	11.0%
Lauenen	5'039	5'602	4'066	2'818	2'844	3'432	588	20.7%
Gsteig	10'393	10'655	9'930	10'412	10'072	9'377	-695	-6.9%
<b>TOTAL</b>	<b>370'953</b>	<b>348'263</b>	<b>337'692</b>	<b>313'060</b>	<b>302'971</b>	<b>323'166</b>	<b>20'195</b>	<b>6.7%</b>

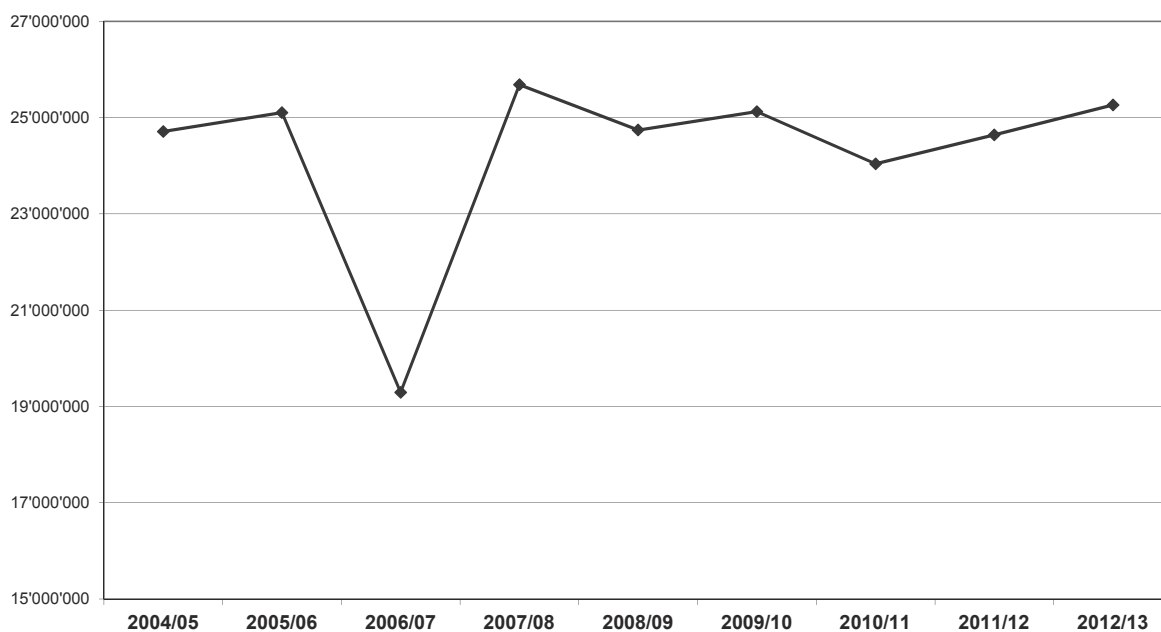
(Basis: Kurtaxenstatistik GST Stand 31. Dezember 2013)

### 6.2. Bergbahnen

Im Tourismusjahr 2012/13 verzeichneten die im Tarifverbund Gstaad Mountain Rides (GMR) zusammengefassten Bergbahnen nochmals eine Steigerung des Verkehrsumsatzes von 2,5 % und liegen somit 3,8 % über dem Mittelwert der letzten zehn Jahre.

#### Verkehrserträge Tarifverbund Gstaad Mountain Rides

Quelle: Geschäftsbericht Verein GMR 2012/13







## 7. WELCOME CARD

Die Welcome Card ist ein Finanzierungs-System für die Gstaader Top Events sowie nicht periodisch stattfindende Anlässe. Per 31.10.2013 waren folgende Unternehmen und Privatpersonen Besitzer einer Welcome Card:

### Welcome-Card-Inhaber 2012/13

32 Gold + 15 Silver + 36 Supporter = Total 83 Welcome-Card-Besitzer

NAME	VORNAME	FIRMA	ORT	CARDTYP
Annen	Thomas	Rieder Architektur AG	3792 Saanen	Supporter Card
Annen	Walter	Chaletbau Annen AG	3780 Gstaad	Silver Card
Bach	Lorenz	Boutique Lorenz Bach	3780 Gstaad	Gold Card
Bach	Marcel	Bach Immobilien AG	3780 Gstaad	Gold Card
Bachofner	Martin	Gstaad Saanenland Tourismus	3780 Gstaad	Supporter Card
Balmer	Thomas	Adolf Krebs AG	3608 Thun	Gold Card
Bangerter	Kaspar	Bangerter Gartenbau AG	3780 Gstaad	Supporter Card
Baumann	Armin	Egger Ingenieure AG	3780 Gstaad	Supporter Card
Baumann	Beat	Ing. & Vermessungsbüro Baumann	3792 Saanen	Silver Card
Beaud	Claude	Chaletbau Matti Holzbau AG	3792 Saanen	Supporter Card
Beaud	José	Chaletbau Matti Holzbau AG	3792 Saanen	Supporter Card
Bieri	Michael	Bieri AG Möbel + Innenausbau	3764 Weissenburg	Silver Card
Blunski	Leonz	LGB Beratung	3780 Gstaad	Supporter Card
Bohnenblust	Thomas	UBS AG	3780 Gstaad	Gold Card
Bonfils	Jacques	Avocat	1630 Bulle	Supporter Card
Brunner	Matthias	Notar	3780 Gstaad	Supporter Card
Burri	Arnold & Ruth	Chalet Lydia	3782 Lauenen	Supporter Card
Burri	Nicolas	Chaletbau Matti Holzbau AG	3792 Saanen	Supporter Card
Burri	Reto	Zimmerei & Chaletbau	3782 Lauenen	Silver Card
Ciarulli	Mirjam	Egger Ingenieure AG	3780 Gstaad	Supporter Card
Décotterd	Philippe	Chaletbau Matti Architektur AG	3780 Gstaad	Supporter Card
Despontin	Jean	Chaletbau Matti Architektur AG	3780 Gstaad	Supporter Card
Egger	Walter	Egger Ingenieure AG	3780 Gstaad	Gold Card
Frautschi	Familie	Frautschi Sports AG	3778 Schönried	Gold Card
Frei	Thomas	Hotel Bernerhof	3780 Gstaad	Gold Card
Gfeller-Rayroud	Samuel	Gfeller Transporte AG	3778 Schönried	Supporter Card
Goddard	Michael		3780 Gstaad	Gold Card
Gremaud	Laurent	Chaletbau Matti Architektur AG	3780 Gstaad	Supporter Card
Haldi	Toni	Haldi Design AG	3778 Schönried	Silver Card
Hauri	Martin	Rieder Architektur AG	3792 Saanen	Supporter Card
Hauswirth	Benz	Rübindorf	3792 Saanen	Supporter Card
Hauswirth	Gottfried	G. Hauswirth Architekten AG	3777 Saanenmöser	Gold Card

NAME	VORNAME	FIRMA	ORT	CARDTYP
Hauswirth	Gottfried	G. Hauswirth Architekten AG	3777 Saanenmöser	Gold Card
Hauswirth	Hansueli	Malergeschäft	3782 Lauenen	Supporter Card
Hauswirth	Jürg	Benz Hauswirth AG	3780 Gstaad	Silver Card
Horn	Jürg	Ribo Treuhand AG	3780 Gstaad	Silver Card
Iseli	Markus & Stephanie		3780 Gstaad	Supporter Card
Jaggi	Stephan	Jaggi & Partner AG	3780 Gstaad	Gold Card
Jauner	Marcel	Rieder Architektur AG	3792 Saanen	Supporter Card
Kernen	Bruno	Hotel Kernen	3778 Schönried	Gold Card
Knutti Ruth	Kuster Dagobert	Dasimm Liegenschaften	3792 Saanen	Gold Card
Koetser	Daniel & Davia	Le Grand Bellevue	3780 Gstaad	Gold Card
Kropf	Aldo	Apotheke & Laboratorium	3780 Gstaad	Gold Card
Lanz	Louis	BKW ISP AG	3780 Gstaad	Gold Card
Ludi	Peter	Ludi AG	3780 Gstaad	Gold Card
Maag	Rudolf		4102 Binningen	Gold Card
Matti	Beat	Chaletbau Matti Holzbau AG	3792 Saanen	Silver Card
Matti	Beat	Chaletbau Matti Holzbau AG	3792 Saanen	Supporter Card
Matti	Christiane	Hotel Arc-en-ciel AG	3780 Gstaad	Silver Card
Matti	Daniel	Matti Immobilien AG	3792 Saanen	Gold Card
Matti	David & Sandra	Notariat und Advokatur	3792 Saanen	Silver Card
Matti	Jean-Claude	Chaletbau Matti ArchitekturAG	3780 Gstaad	Silver Card
Matti	Michel & Lisa	Gstaad Saanenland Tourismus	3780 Gstaad	Supporter Card
Matti	Ueli W.	Chaletbau Matti Architektur AG	3780 Gstaad	Supporter Card
Michel	Willy		3400 Burgdorf	Gold Card
Perreten	Ueli	Zimmerei & Chaletbau AG	3780 Gstaad	Silver Card
Petris	Gian-Carlo	Unabh. Wirtschafts-Beratung	3066 Stettlen	Gold Card
Reichenbach	Werner		3780 Gstaad	Supporter Card
Reuteler	Arthur	Bikesport Reuteler GmbH	3792 Saanen	Supporter Card
Reuteler	Martin	Rieder Architektur AG	3792 Saanen	Supporter Card
Reymond	Jean-Claude	Chaletbau Matti Architektur AG	3780 Gstaad	Supporter Card
Rieder	Max	Rieder Architektur AG	3792 Saanen	Gold Card
Romang	Christoph	Schuhhaus Romang	3780 Gstaad	Silver Card
Rothen	Beat	Typo Druck Rothen	3780 Gstaad	Supporter Card
Ryser	René	Molkerei Gstaad	3780 Gstaad	Gold Card
Schär	Hans & Lotti	Elektrohuus von Allmen AG	3780 Gstaad	Gold Card
Scheufele	Famille	Boutique Chopard	3780 Gstaad	Gold Card
Schmid Laurenz	Lutz Heiner	Wellness- & Spa-Hotel Ermitage	3778 Schönried	Gold Card
Schranz-Röthlisberger	Peter	Spenglerei & Taxi	3792 Saanen	Supporter Card
Seifritz	Roger	Chalet Fichte	3777 Saanenmöser	Supporter Card
Speth	Robert	R.S. De Luxe Food AG	3780 Gstaad	Gold Card
Steimle Victor	Ludi Matthias	T&R Oberland AG	3780 Gstaad	Gold Card
Thoenen	Thomas & Ueli	Thoenen Bauunternehmung AG	3780 Gstaad	Gold Card
von Allmen	Jürg	Saanen Bank AG	3792 Saanen	Gold Card
von Grünigen	Andreas	Chaletbau Matti Architektur AG	3780 Gstaad	Supporter Card
von Grünigen	Johann Peter	Drogerie & Parfumerie	3780 Gstaad	Silver Card
von Siebenthal	Stefan	Chaletbau Matti Holzbau AG	3792 Saanen	Supporter Card
Wälti	Ernst	Luft & Klimatechnik AG	3775 Lenk	Gold Card
Wampfler-Albrecht	Fritz	Halten	3792 Saanen	Supporter Card
Widmann	Thomas	Chalet Aurora	3780 Gstaad	Gold Card
Würsten	Fritz	Gebr. Würsten	3780 Gstaad	Silver Card
Yerly	Bruno	Chaletbau Matti Architektur AG	3780 Gstaad	Supporter Card
Zeller	Christoph & Christina	Viva Incentives	3780 Gstaad	Gold Card
Zwygart	Michael	Egger Ingenieure AG	3780 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)

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