

2020/21

Geschäftsbericht

Gstaad Saanenland Tourismus

GSTAAD[®]
COME UP  SLOW DOWN





Inhalt



05 VORWORT

TÄTIGKEITSBEREICHE

- 06 VORSTAND
- 07 GESCHÄFTSLEITUNG
- 08 FINANZEN, ADMINISTRATION & INFORMATIKDIENSTE
- 10 DESTINATIONSENTWICKLUNG
- 13 GSTAAD ONLINE
- 15 GUEST RELATIONS
- 18 MICE
- 20 INFRASTRUKTUREN & PROJEKTE
- 23 MARKETING



JAHRESRECHNUNG & ANHÄNGE

- 25 BILANZ
- 26 ERFOLGRECHNUNG
- 27 DETAIL ÖFFENTLICHRECHTLICHE ERTRÄGE
- 28 KOSTENSTELLENRECHNUNG
- 29 ABSCHREIBUNGSTABELLE
- 30 ANHANG ZUR JAHRESRECHNUNG
- 31 REVISIONSBERICHT
- 32 GPK-BERICHT
- 35 LOGIERNÄCHTE





GST in Kürze

Gstaad Saanenland Tourismus ist das touristische Kompetenz-Zentrum der Destination. Wir legen Wert auf Tradition und Nachhaltigkeit und leben dies aktiv mit der Sorge zu Kultur und Landschaft. Mit den vielfältigen Angeboten für unsere Gäste fördern wir die touristische Entwicklung der Region.

Wir unterstützen alle beteiligten Partner des lokalen Tourismus. Unser Herzblut stecken wir in die folgenden fünf Aufgaben:

- Wir führen und entwickeln die touristische Destination
- Wir kommunizieren nach innen und nach aussen
- Wir entwickeln und betreiben verschiedene touristische Infrastrukturen
- Wir informieren und beraten unsere Gäste, Einheimische, Zweithemische und Leistungsträger aus einer Hand
- Wir entwickeln neue Angebote und setzen strategierelevante Projekte um

Vorwort

Ein ereignisreiches Jahr

Oliver Waser, Vorstandspräsident
Flurin Riedi, Tourismusdirektor

Liebe Mitglieder von Gstaad Saanenland Tourismus

Das Geschäftsjahr 2020/21 war aus touristischer, aber auch gesellschaftlicher Sicht ein ereignisreiches. Nachdem wir im Vorjahr vor völlig neue Tatsachen gestellt worden waren und nichts mehr so war, wie es einmal war, ging es auch 2021 mit dem Teillockdown und der Einführung der Zertifikatspflicht weiter. Dank der grossen Flexibilität und Anpassungsfähigkeit unserer Hoteliers, Restaurantbetreiber, Veranstalter und touristischen Partner können wir trotzdem auf ein erfolgreiches Jahr zurückblicken.

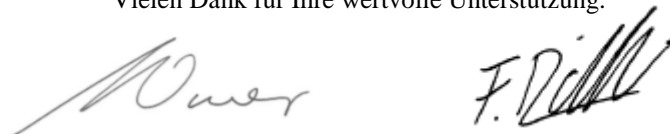
Im Winter wurde die Destination mit viel Schnee, Kälte und perfekten Bedingungen für Ski, Langlauf, Schlitteln, Winterwandern und für Ski- und Schneeschuhtouren verwöhnt. Leider mussten sich die Gastronomie und somit auch die Kunden und Gäste den verordneten Umständen anpassen. Eine warme Suppe konnte höchstens draussen in der Kälte und stehend genossen werden. Die Einbussen bei den betroffenen Betrieben waren zum Teil massiv.

Im Sommer konnten zum Glück wieder die wundervollen Grossevents, die unsere Destination ausmachen, genossen werden. Denn seien wir mal ehrlich: Was sind die Sommermonate schon, wenn Anfang Juli nicht die anspornende Musik während den Beachvolley-Spielen durch das ganze Dorf tönt? Oder wir beim Sportzentrum-Kreisel an einem Freitag im August nicht mehrere Minuten warten müssen, weil sich das Gstaad Menuhin Festival Orchestra gerade ins Festivalzelt begibt, um das grosse Galakonzert vorzubereiten? Und nichts läutet die Herbstzeit besser ein, als wenn am zweiten Septemberwochenende an der Country Night Gäste und Einheimische rund um die Tennishalle die Countrymusik feiern.

Bei Gstaad Saanenland Tourismus wurde in diesem Jahr für die touristische Entwicklung einiges erreicht. Eines der herausstechenden Projekte war die Implementierung der digitalen Gästekarte, der Gstaad Card, die neu für unsere Übernachtungsgäste den öffentlichen Verkehr inkludiert und mit vielen interessanten Angeboten zum Wiederkehren überzeugt. Auf strategischer Ebene wurde mit der Destinationsstrategie für die Periode 2021-2024 die Weichen gestellt, um gezielt Projekte in Angriff zu nehmen und um alle touristisch relevanten Partner näher zusammenrücken zu lassen. Mit der Eröffnung von Saani's Erlebniswegen konnte ein weiteres langjähriges Projekt erfolgreich abgeschlossen werden. Unsere kleinen Gäste werden so mit tollen Erinnerungen unsere besten Werbeträger. Das Tourismusbüro Gstaad erhielt im Frühjahr ein Makeover, um die Besucher in einem warmen und gemütlichen Ambiente willkommen zu heissen.

Wir freuen uns auch, Ihnen unseren Geschäftsbericht in einem neuen Kleid zu präsentieren und wünschen Ihnen viel Spass beim Lesen.

Vielen Dank für Ihre wertvolle Unterstützung.



Tätigkeitsbereiche

Vorstand

Oliver Waser, Vorstandspräsident

Mit Vertretern aus Hotellerie, Gewerbe, Politik, Tourismusexperten, Finanzwesen und Landwirtschaft ist der Vorstand von Gstaad Saanenland Tourismus optimal aufgestellt.

Die oberste strategische Führung von Gstaad Saanenland Tourismus wird vom Vorstand getragen. Dieser tagt sechsmal im Jahr und überwacht die touristische Entwicklung in der Destination. Mit dabei sind jeweils der Tourismusedirektor, die Leiterin Finanzen sowie punktuell Mitglieder der Geschäftsleitung. Der Präsident und der Tourismusedirektor treffen sich regelmässig, um sich über die wichtigsten strategischen und operativen Geschäfte auszutauschen. Zusätzlich treffen sie sich quartalsweise mit den Präsidenten der Dorfgemeinschaften sowie mit der Geschäftsprüfungskommission.

Im Geschäftsjahr 2020/21 trat Carlo Bommes aus dem Vorstand zurück. Neu in den Vorstand gewählt wurden Sonja Kurth aus Zweisimmen, Thomas Kernen aus Saanenmöser und Matthias Matti aus Zweisimmen. Der Vorstand wurde also um zwei Mitglieder vergrössert, damit Fachkompetenzen und Leistungsträger noch enger miteinander verbunden werden und alle Gemeinden der Destination Gstaad vertreten sind. Die Ressortverteilung innerhalb des Vorstands wurde aufgrund ihrer spezifischen Fachkompetenzen aufgeteilt.

VORSTAND (STAND 31.10.21)

- **Oliver Waser**, Präsident seit 2020
Finanzen, Verantwortlicher Unternehmensführung / HR
- **Richard Müller**, Vizepräsident seit 2021
Marketing / Kommunikation

- **Konstanze Huber**, Vorstandsmitglied seit 2020
Gästebedürfnisse Hotels und Aufenthaltsgäste
- **Matthias Oehrli**, Vorstandsmitglied seit 2013
Gästebedürfnisse Tagesgäste / Landwirtschaft
- **Simon Bolton**, Vorstandsmitglied seit 2018
Events / MICE und Outdoorangebote
- **Sonja Kurth**, Vorstandsmitglied seit 2021
Zweisimmen, Sparenmoos, Obersimmental
- **Matthias Matti**, Vorstandsmitglied, seit 2021
Bergbahnen / politische Themen
- **Hansruedi Müller**, Vorstandsmitglied seit 2020
Tourismusstrategie, Konzepte und Masterbrain
- **Thomas Kernen**, Vorstandsmitglied seit 2021
Infrastrukturen, Projekte (in diesem Bereich) und Bauten

GESCHÄFTSPRÜFUNGSKOMMISSION

- **Philipp Reber**, Präsident seit 2013
- **Patrick Welten**, Vizepräsident seit 2021
- **Pascal Bangerter**, Mitglied seit 2019
- **Steffen Nischan**, Mitglied seit 2021
- **Nathanael Perreten**, Mitglied seit 2021

Geschäftsleitung

Flurin Riedi, Tourismusdirektor

Die Geschäftsleitung führt die Tourismusorganisation in eine Destinations-Managementorganisation (DMO) und stärkt damit die Destination Gstaad in der touristischen Entwicklung.

Die Geschäftsleitung wird aus dem Tourismusdirektor sowie den Leiter:innen der verschiedenen Tätigkeitsbereiche gebildet und ist für die operative Führung von Gstaad Saanenland Tourismus zuständig. Sie setzt Aufgaben mittels dem Betriebskonzept, Projektplan und dem Budget in Abgleichung der Destinationsstrategie um. Der stetige Austausch mit lokalen Leistungsträgern und Partnern sowie den Tourismusorganisationen aus den Nachbarregionen spielt eine zentrale Rolle in der Arbeit der Geschäftsleitung und insbesondere des Tourismusdirektors.

HERAUSGEGRIFFEN

Überarbeitung der Destinationsstrategie

Die im 2016 entwickelte Strategie für die Destination Gstaad wurde per 2021 überarbeitet. Wir konnten dafür fast doppelt so viele Leistungsträger wie vor fünf Jahren, nämlich 31 Organisationen, an den Tisch holen. Darunter befinden sich die Gemeinden Saanen, Gsteig, Lauenen und Zweisimmen, die Bergbahnen der Region, Gstaad Marketing, der Hotelierverein Gstaad-Saanenland, der Gewerbeverein Saanenland und die Landwirtschaftliche Vereinigung Saanenland, alle Dorforganisationen, Grossevents und grosse Leistungsträger wie das Sportzentrum und die Schnee- und Bergsportschulen. Die Handlungsfelder wurden konkretisiert und verpflichtender gestaltet, konkrete Projekte und Meilensteine wurden klar definiert. Ziel ist es, dass sich die Leistungsträger, Organisationen, Eventsveranstalter, Gemeinden, Unternehmen und Geschäfte an der Strategie orientieren. Diese werden in den nächsten vier Jahren angegangen und realisiert. Dabei sind wir bei Gstaad Saanenland Tourismus die treibende Kraft bei der Überwachung zur Einhaltung und Umsetzung der Destinationsstrategie.

Unternehmensentwicklung

Der Vorstand und die Geschäftsleitung von GST haben sich zum Ziel gesetzt, die Tourismusorganisation in eine Destinations-Management-Organisation zu entwickeln. Ziel dabei ist es, die Destination Gstaad in der Destinationsentwicklung zu fördern und zu stärken. Durch Kommunikation nach innen und aussen mit den verschiedenen Partnern und Leistungsträgern sind wir damit die Anlaufstelle für jegliche touristischen Bedürfnisse. Jeder Geschäftsbereich trägt zu diesem Prozess bei, und mittels mehrerer Workshops der Geschäftsleitung sowie Projektleiter:innen wurden die Ziele für jeden Tätigkeitsbereich definiert und Fortschritte überwacht.

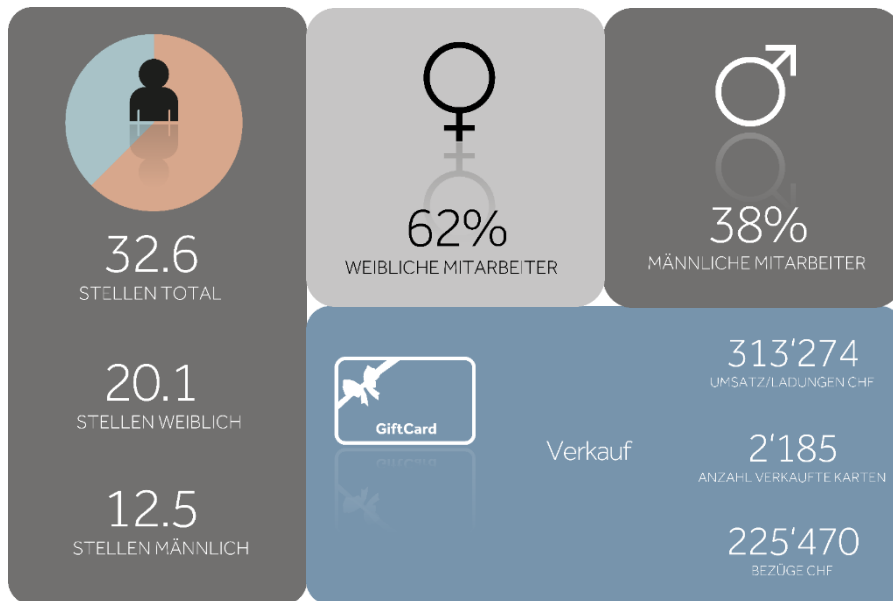
Tourismusbarometer

Logiernächtestatistiken zeigen kaum auf, wie erfolgreich eine Saison wirklich war und sind somit nur gering aussagekräftig. Aus diesem Grund erarbeitet GST mit der Forschungsstelle Tourismus der Universität Bern ein modulares Management Cockpit, den sogenannten Tourismusbarometer. Dabei geht es um ein Arbeitsinstrument, das auch Angaben zu Parahotellerie, Tagesgästen, Wetter, Umsatz und Preisen der Hotelübernachtungen sowie Hotelkategorien analysiert und somit ein realistisches Bild über die Frequenzen gibt. Der Tourismusbarometer ermöglicht uns, die zeitnahe ökonomische Entwicklung in der Destination zu erfassen, um gegebenenfalls darauf mit den nötigen Massnahmen zu reagieren.

Video
Gstaad Saanenland Tourismus

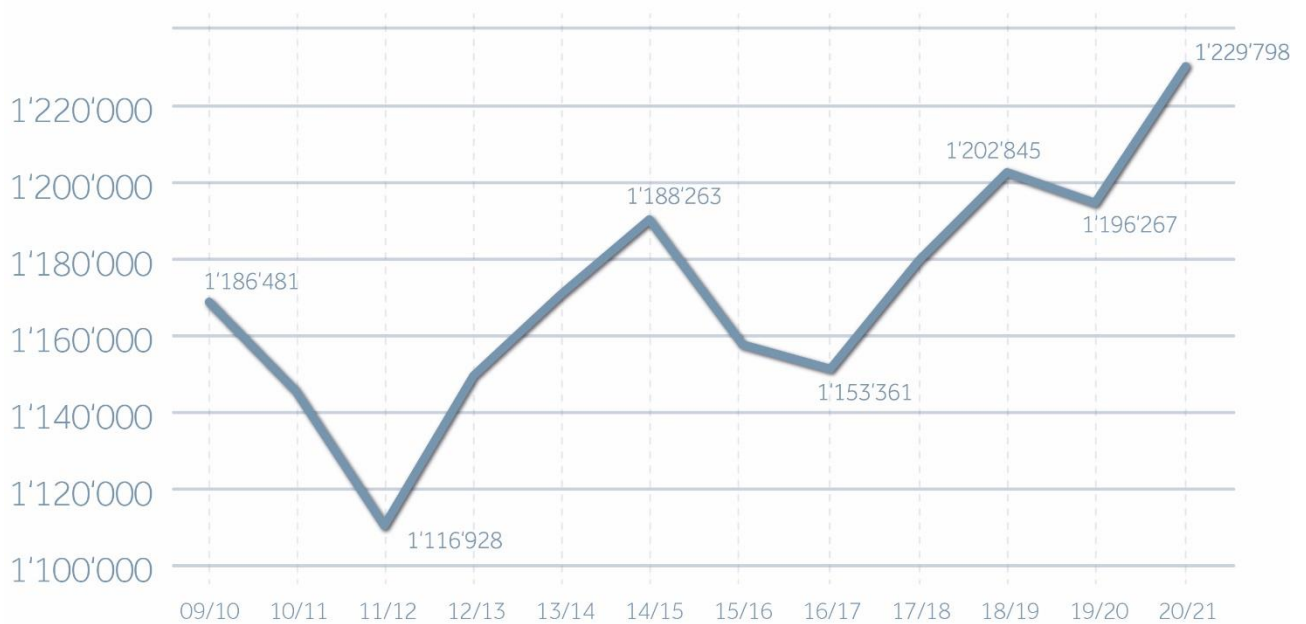


GSTAAD SAANENLAND TOURISMUS IN ZAHLEN



Logiernächte

1'229'798
GESCHÄFTSJAHR 20-21



Finanzen, Administration & Informatikdienste

Andrea Riggenbach, Leiterin Finanzen

Die Abteilung ist ein interner Dienstleister für viele verschiedene Aufgaben und das Team kommt daher mit allen Bereichen von Gstaad Saanenland Tourismus in Berührung.

Die Finanzabteilung nimmt jegliche Aufgaben rund um das Rechnungswesen sowie die Administration wahr. Nebst den allgemeinen Kernaufgaben wie die Abwicklung des Zahlungsverkehrs erledigt das Team die folgenden Arbeiten:

- Finanz- und Betriebsbuchhaltung
- Finanzen & Administration Gstaad Marketing GmbH (bis 31.10.2021)
- Finanzen & Administration STATION
- Inkasso der Kurtaxen sowie Tourismusförderungsabgabe im Auftrag der Gemeinden Saanen, Gsteig, Lauenen und Zweisimmen
- Abrechnung der Ticketingverkäufe
- Support und Administration Gstaad Gift Card
- Personaladministration von 40 Mitarbeitern
- Hauptverantwortung für die 6 Lernenden (Berufsbildung)
- Informatik

Es werden regelmässig Controllings durchgeführt, um allfällige Budgetabweichungen in den einzelnen Bereichen zu analysieren und gegebenenfalls einzugreifen.

UNSERE MITARBEITERINNEN UND MITARBEITER

- Andrea Riggenbach, Leiterin Finanzen
- Monika Marti, Buchhaltung
- Petra Perreten, Kurtaxen & TFA
- Raphaela Trummer, Lernende
- Gerhard Nydegger, Informatikdienste
- Anja Auger-Brand, Assistenz Geschäftsleitung

HERAUSGEGRIFFEN

Kurtaxenerhöhung per 01.11.2021

Die Planung zur Erhöhung der Taxen begann vor über zwei Jahren und im Frühjahr 2020. Nach der Genehmigung durch die Gemeinden wurden die kurtaxenpflichtigen Personen über die Anpassung informiert. Die erste Fakturierung im November 2020 mit den neuen Tarifen löste verständlicherweise viele Fragen aus und beschäftigte das Team während einiger Monate intensiv. Während dieser Zeit unterstützte das gesamte Team von Gstaad Saanenland Tourismus die Finanzabteilung, um den Gästen mit Rat und Tat zur Seite zu stehen.

Destinationsentwicklung

Patrick Bauer, Leiter Destinationsentwicklung

Die Destinationsentwicklung kümmert sich vor allem um Gästeströme und die Entwicklung und Umsetzung von nachhaltigen Erlebnissen. Oft in Zusammenarbeit mit verschiedenen Partnern aus der Region. Die Destinationsstrategie bildet dabei immer ihre Leitplanken.

Das Destinationsentwicklungsteam analysiert und beobachtet Trends, den Tourismus im Allgemeinen und die Situation in der Region als Entscheidungsgrundlagen. Unser Fokus und unsere Leidenschaft liegen in der Erarbeitung und Realisierung umsetzbarer Konzepte im Bereich Tourismus- (und Regionalentwicklung), die uns als Region weiterbringen. Wir verfolgen dabei ganzheitliche Lösungen mit hoher Umsetzungsqualität und nachhaltiger Wertschöpfungssteigerung für die Region. Unser Team kombiniert Berufskompetenz mit Projekterfahrung. Projektspezifisch nutzen wir die Fachkompetenz lokaler und externer Partner, z.B. aus den Bereichen Raum-, Verkehrsplanung oder Erlebnisentwicklung. Unsere Leistungsträger begleiten wir bei Bedarf zu neuen Gästen, in der Strategieentwicklung oder auch in der Angebotsumsetzung. Dabei arbeiten wir mit unseren Partnern in einem gemeinsamen Prozess, um unsere Ziele zu erreichen. Im vergangenen Geschäftsjahr stechen vor allem folgende Projekte heraus:

GSTAAD CARD

Die Gstaad Card ist Entscheidungshilfe und zugleich Inspiration für erstmalige aber auch wiederkehrende Gäste. Die gesamte Destination und ihre Erlebnisangebote werden für den Gast erlebbarer und durch die Onlinebuchbarkeit von Erlebnissen kann sich jeder Gast einfach die ganz individuellen Traumferien zusammenstellen. Der Bereich Destinationsentwicklung ist für das Konzept und die Inhalte der Gstaad Card verantwortlich. Auf dem Weg zur Digitalisierung der Destination Gstaad und mit dem übergeordneten Projekt «Gstaad onLine» wurden und werden vom Team neue digitale Erlebnisse, Leistungen und Annehmlichkeiten für unsere Gäste geschaffen.

Die Einführung der digitalen Gstaad Card am 1. Mai 2021 stellte eine wichtige Weichenstellung dar und hat, zusammen mit der Integration des öffentlichen Verkehrs in die Gstaad Card, die

Destinationsentwicklung im vergangenen Geschäftsjahr sehr stark beschäftigt. Mit der Inkludierung des ÖV ab Juni bis Oktober, der vergünstigten Sommer-Tageskarte der BDG sowie 40 attraktiver Erlebnisse kreiert durch GST in Zusammenarbeit mit unseren zahlreichen Partnern ist die Gstaad Card angebotstechnisch gut in den ersten Sommer gestartet. Jeder Übernachtungsgast profitiert im vollem Umfang von den Angeboten der Gstaad Card, welche durch den Gastgeber ausgestellt bzw. zugesendet wird. Der Gast speichert sich die digitale Gstaad Card auf seinem Mobiltelefon oder druckt diese analog als Print@Home Dokument aus. Der Leistungsträger scannt jeweils den QR Code zum Einlösen des Erlebnisses ab.

Die Erkenntnisse des ersten Sommers zeigen, dass neben der Nutzung von Erlebnissen 80% der Gstaad-Card-Inhaber den ÖV sowie 40% die Bergbahnen aktiv nutzen (Umfrage Uni Bern).

Alle Informationen rund um die [Gstaad Card](#)



Hier gilt es das ÖV-Angebot weiter auszubauen, sodass die Gäste sich möglichst nachhaltig in der Region bewegen können, die Nebensaison weiterentwickelt wird und allgemein die Attraktivität der Destination gesteigert wird. Mit der Gstaad Card machen wir einen Schritt in die richtige Richtung. Dies zeigt sich auch darin, dass immer mehr Destinationen auf den Digitalisierungszug aufsteigen, die Vorteile gegenüber den physischen Karten sehen und somit den Erwartungen des heutigen Gastes entsprechen.

Im laufenden Winter und nächsten Sommer kommen weitere Gstaad-Card-Angebote dazu. Dies teilweise auch ausserhalb der

gewöhnlichen Destinationsgrenzen, da unsere Gäste eher in Erlebnissräumen denken als in Destinationsgrenzen. Zudem werden wir weiter an der Verbesserung der Gstaad Card im Allgemeinen arbeiten. Um dies entsprechend weiter voranzutreiben, ist seit Oktober unsere Projektleiterin Ariane Ludwig-Meichtry speziell für das Projekt zuständig. Sie wird die Gstaad Card kontinuierlich weiterentwickeln.

WEITERE PROJEKTE

Covid-Massnahmen

Auch im vergangenen Jahr hat uns die Pandemie in Atem gehalten. Stefan Rhyn hat im Verlauf des Jahres vom Guest-Relations-Bereich als Projektleiter in unseren Bereich gewechselt. Dabei hat er unter anderem die wichtige Aufgabe als Koordinator bezüglich Covid-Fragen in touristischem Zusammenhang übernommen und dabei zusammen mit der Gemeinde Saanen, dem Hotelierverein und einem externen Partner das Covid-Testzentrum aufgebaut.

Nachhaltigkeit

Eine nachhaltige Entwicklung ist für die Zukunft der Destination entscheidend. Aus diesem Grund ist sie explizit in der Destinationsstrategie verankert. Der Bereich Destinationsentwicklung ist für die Entwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie zuständig. Im letzten Jahr wurden die Grundlagen erarbeitet und erste Massnahmen umgesetzt. Dabei haben wir uns auch dem nationalen Swisstainable Programm von Schweiz Tourismus angeschlossen. Im laufenden Jahr werden diese Grundlagen zusammengefügt und zur Strategie ausgearbeitet. Dabei soll ein Nachhaltigkeitsnetzwerk in der Region entstehen und die vielen einzelnen, guten Puzzleteile zu einem sinnvollen, systematischen Ganzen zusammengefügt werden.

NACHHALTIGKEIT

Wir streben nach einem ausgewogenen Verhältnis zwischen Pflege und Weiterentwicklung und tragen Sorge zu Landschaft, Natur, Kultur und Lebensqualität.

[Mehr Informationen](#)



Nachhaltige Mobilität

Ein wichtiges Element ist bereits jetzt die nachhaltige Mobilität. Das Ziel ist, den öffentlichen Verkehr (ÖV) für Übernachtungsgäste möglichst einfach zugänglich zu machen und so die Mobilität der Gäste, die Nachhaltigkeit und die Wertschöpfung in der Region zu fördern. Finanziert durch einen Teil der eingenommenen Kurtaxen, kann so aktuell im Sommer der ÖV zwischen Lenk-Erlenbach-Zweisimmen-Saanen-Turbach-Lauenensee-Col du Pillon von Juni bis Oktober angeboten werden. Im Winter läuft ein ähnliches Angebot in Verbindung mit dem Skiticket. In Zukunft wollen wir das Angebot vereinheitlichen und im Rahmen der finanziellen Möglichkeiten verlängern.

Bike-Entwicklung

Auch die Entwicklung des Bike-Angebotes wurde im vergangenen Jahr weiter vorangetrieben. Unter anderem wurde zusammen mit den Gemeinden an weiteren Wegoptimierungen



gearbeitet, die Überbauungsordnungs-Unterlagen für die Horneggli-Trails gemäss neuer Vorgaben des Kantons weiter detailliert, das Trail-Knigge-Programm ausgeweitet, die Mitwirkung der kantonalen Bike-Routenplanung abgeschlossen, wiederum ein Trail Keeper Unterhaltstag durchgeführt, eine Bike-Energy-Ladestation in Abländschen umgesetzt und zu guter Letzt auch bei der Organisation als Etappenort der Tour de Suisse mitgewirkt. Diese Projekte sollen auch im laufenden Jahr weiterentwickelt werden.

Saaniland mit Saani's Erlebniswegen und STATION

Im vergangenen Jahr konnten nach längerer Planungs- und Finanzierungsphase endlich diese zwei grossen Familienprojekte umgesetzt und eröffnet werden. Und die Rückmeldung der Gäste ist überwältigend. Das Allwetter-Familienangebot der STATION wird von den Familien vor allem bei Regenwetter sehr gerne entdeckt. Und die zwei Erlebniswege hatten sofort nach der Eröffnung eine starke Nachfrage. Gleichzeitig mit diesen Angeboten

wurde die freche und aktive «Saani» und ihr Saaniland lanciert. Dieses bündelt das Familienangebot in kindgerechter und farbefroher Art und Weise.

Unser Bereich war zusammen mit dem Bereich «Infrastrukturen und Projekte», der Gstaad Marketing GmbH und weiteren Partnern massgeblich an den Konzeptarbeiten und der Realisierung dieser Angebote beteiligt.

UNSERE MITARBEITERINNEN UND MITARBEITER

- Patrick Bauer, Leiter Destinationsentwicklung
- Ariane Ludwig, Projektleiterin Gstaad Card
- Stefan Rhyn, Projektleiter
- Inna Feller, Lernende



Gstaad onLine

Ronnie Oehrli, Leiter Digitalisierung & Innovation

Keine Branche kommt um die Digitalisierung herum. Gestartet mit der Digitalisierungsoffensive Gstaad onLine im November 2019, sind wir dieses Jahr mit der Gstaad Card greifbar geworden.

Damit die digitale Transformation langfristig gelingt, braucht es einiges an Denk- und Umsetzungsarbeit. Eigentlich kann man sich den technischen Teil der Digitalisierung wie das Wegnetz in einem Land vorstellen, in dem die Bevölkerung in Dörfern und Städten lebt, in denen es Ausflugsziele, innovative Angebote und Restaurants gibt. Wenn Wege, Strassen oder Eisenbahnschienen fehlen, können nur wenige Menschen diese Angebote nutzen. GST hat es sich zur Aufgabe gemacht, das digitale Wegnetz in der Destination neu zu verlegen und so den Gästen den Zugang zu den Angeboten der Leistungsträger massiv zu vereinfachen. Gleichzeitig werden den Leistungsträgern die Türen zu einem digitalen Marktplatz geöffnet. Als erstes, für die breite Öffentlichkeit sichtbares Teilprojekt konnte am 1. Mai 2021 die Gstaad Card lanciert werden. Einher mit dem Aufbau des digitalen Wegnetzes gegangen ist die Sensibilisierung des eingeleiteten Prozesses bei den touristischen Leistungspartnern (Hotellerie, Parahotellerie, Bergbahnen, Gewerbe und Events) und in den eigenen Reihen. Die Digitalisierung betrifft alle Akteure intern wie extern gleichermaßen.

RÜCKBLICK

Zum Start der Wintersaison 2020/21 wurde der neue Webshop mit der Unterkunftsbuchung (Hotel und Ferienwohnungen) und der Erlebnis- sowie Souvenirshop in Betrieb genommen. Der neue Webshop wird den aktuellen Bedürfnissen der Gäste gerecht und ist «mobile-first» entwickelt, d.h. für mobile Geräte ausgelegt, entwickelt worden. Laut aktuellen Studien sind mittlerweile über 60% der Gäste mit mobilen Geräten auf den Webseiten unterwegs. Diesem Umstand gilt es Rechnung zu tragen. Während der Wintersaison konnten Gastronomie- sowie Service und Shopping-Einträge im neuen Webshop-Design nachgezogen werden. Im Frühling folgte der letzte Baustein, der Veranstaltungskalender und die Bestellfunktion für Broschüren. Die Arbeiten zum neuen Webshop konnten wie geplant umgesetzt werden. Ebenfalls in dieser Zeit wurden die Grundsteine für den ContentHub und den ChatBot gelegt. Mit der Einführung des ContentHubs schaffen wir es, die Konsolidierung von Inhalten aus unterschiedlichen Systemen auf eine Ebene zu bekommen,

von wo aus wir diese in unterschiedliche Ausspielmedien wie Website, Apps etc, zuführen können. Der ChatBot soll als digitaler Mitarbeiter von GST dem Gast, datenbasiert und mit künstlicher Intelligenz ausgestattet, seine Fragen beantworten können. Der ChatBot wird künftig auf der Webseite dem Gast zur Verfügung stehen.

GSTAAD ONLINE

Das Digitalisierungsprojekt Gstaad onLine verbindet die Kontaktpunkte des Gastes während seiner Reise (Customer Journey) miteinander und schafft dadurch eine bessere Reise für den Gast und mehr Erkenntnisse über das Verhalten der Gäste in der Destination.

Diese Erkenntnisse werden uns helfen den Gast und seine Bedürfnisse besser zu verstehen und ihn bedarfsgerecht mit Angeboten bedienen zu können.

Der Fokus der ersten beiden Quartale 2020/21 lag klar auf dem Einführungsprozedere der Gstaad Card. Dieses Teilprojekt, wie bereits ausgeführt, ist jenes mit der ersten «Berührung» im Zusammenspiel mit Gast, Gastgeber, Leistungserbringung und internem Support über das Guest-Relations-Team. Mit der Einführung der Gstaad Card wurde auch die progressive WebApp Gstaad myConcierge eingeführt. Die Arbeit war zweigeteilt. Gstaad onLine war für die technische Umsetzung zuständig und das Team der Destinationsentwicklung für den Ausbau des Produktes (Integration ÖV, Entwicklung Erlebnisraum Lenk-Simmental, Akquise buchbare Erlebnisse und Entwicklung Destinationsperlen).

Genau in der Einführungsphase kam der Lockdown, welcher uns nicht nur in Sachen Einschulungen vor Herausforderungen stellte. Wir haben aber Mittel und Wege gefunden, trotz aller Widrigkeiten die Gstaad Card pünktlich zum 1. Mai 2021 einzuführen. Die Integration vom öffentlichen Verkehr folgte nachge-

lagert zum 1. Juni. Dies mit 40 buchbaren Erlebnisse, u.a. die BDG-Tageskarte und wie bereits erwähnt dem ÖV. Die 40 online buchbaren Angebote, u.a. die BDG-Tageskarte, konnten im Erlebnisshop oder vor Ort (ausser der Destinationsperlen) gekauft werden. Vieles hat auf den Sommer 2021 gut geklappt, aber bei einigen Themen mussten wir unsere Erfahrungen machen und laufend nachbessern.

Weiterentwicklung

Im Berichtsjahr haben wir uns ebenfalls intensiv Gedanken gemacht, wie wir den Nutzen von Gstaad onLine breiter ins Feld führen können. Aus diesen Überlegungen hinaus und auf unsere Initiative hin haben wir mit Tourismus Adelboden-Lenk-Kandersteg (TALK) und Lenk-Simmental Tourismus (LST) das NRP-Projekt «Berner Oberland West – gemeinsam digital» lanciert. Im Fokus steht die Bündelung der Kräfte zwischen den Tourismusorganisationen (DMOs) bei der Umsetzung der Digitalisierung. Arbeiten, die vom Gast nicht wahrgenommen werden, sollen destinationsübergreifend koordiniert und gemeinsam realisiert werden.

Im Weiteren haben wir eine Erfahrungsaustausch-Gruppe (ERFA-Gruppe) mit nationalen Tourismusdestinationen wie Davos, Arosa, Saas-Fee und der Lenk etabliert, welche uns über den

gemeinsamen Technologielieferanten verbindet. Anstehende Herausforderungen sollen gemeinsam angegangen werden und schneller gelöst werden können.

Ausblick

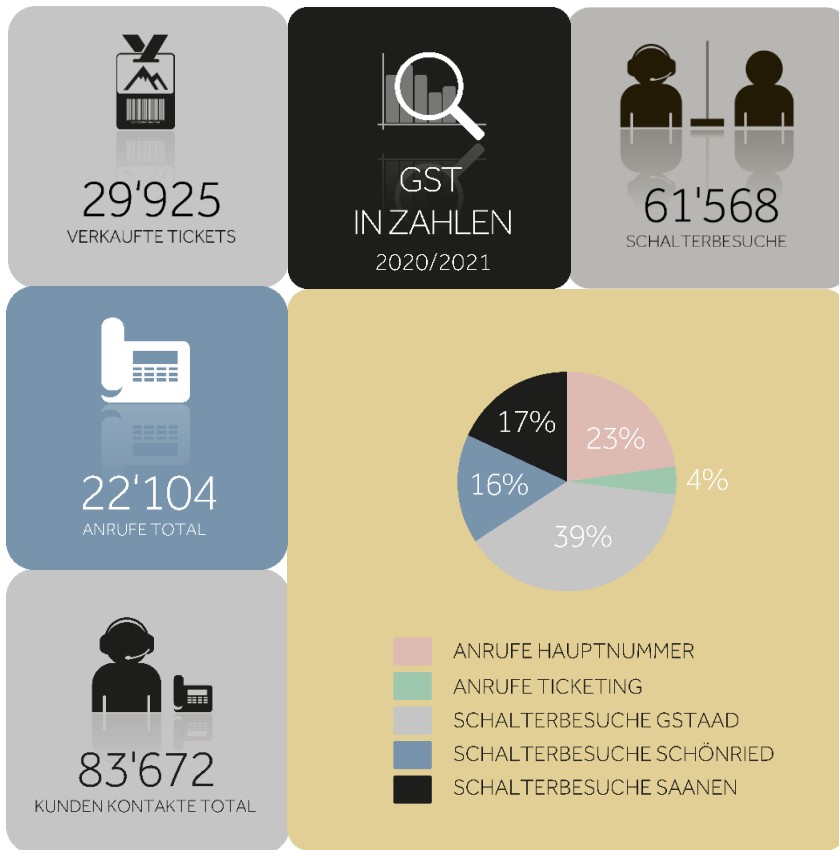
Gemeinsam mit den Destinationspartnern TALK und LST wird ein Customer Relation Management (CRM) System wie auch der ContentHub in jeweils einer ersten Stufe eingeführt. Beide Systeme sind die Basis für den darauffolgenden Relaunch der Webseite. Der ChatBot wird parallel dazu eingeführt. Dieser ist Basis für die sprachgesteuerten Dienste, wie bspw. Alexa, Siri, Googles Assistant etc., welche sich immer grösserer Beliebtheit erfreuen. Neben Einführungen von neuen Systemen wird weiter an der Weiterentwicklung der Gstaad Card und myConcierge Gstaad gearbeitet. Hierzu werden auf die Sommersaison einige Erweiterungen und Prozessoptimierungen folgen.

UNSERE MITARBEITERINNEN UND MITARBEITER

- Ronnie Oehrli, Leiter Digitalisierung & Innovation
- Madlen Carini, Projektleiterin Datenmanagement

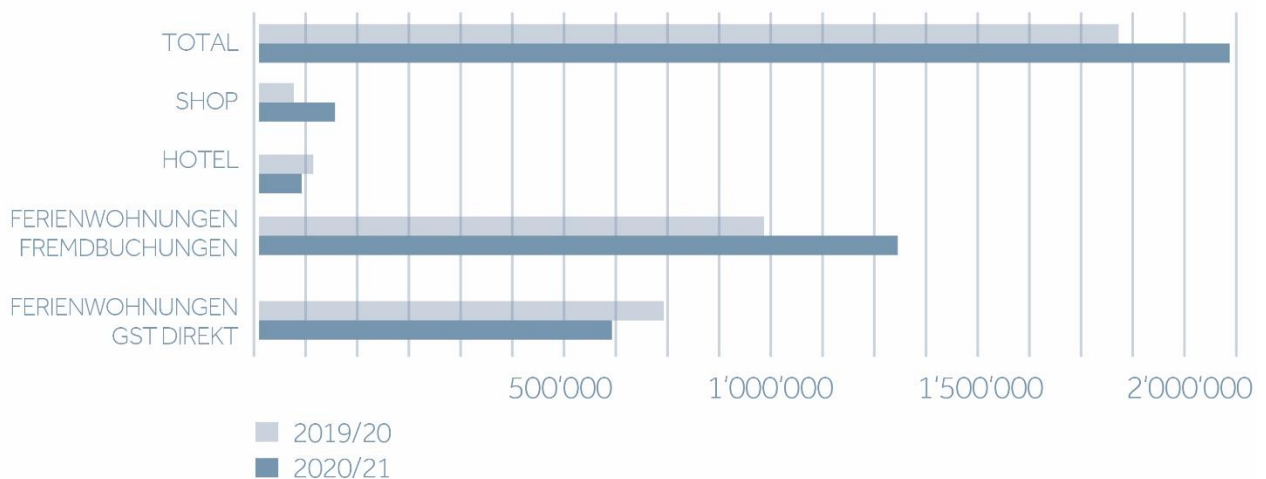


KENNZAHLEN GUEST RELATION



Umsatz Buchungen

2'191'555
UMSATZ BUCHUNGEN TOTAL 2020/21



Guest Relations

Dragana Jovanovic, Leiterin Guest Relations

Für viele Gäste sind unsere freundlichen und kompetenten Mitarbeiter aus dem Guest Relation Teams der erste Kontakt mit der Destination Gstaad.

Der Bereich Guest Relations ist für die Betreuung und Information unserer Gäste in den Tourismusbüros Gstaad, Saanen, Schönried sowie den extern geführten Infostellen in Lauenen, Gsteig, Turbach, Saanenmöser und Zweisimmen zuständig. Nebst dem Verkauf von Souvenirs aus dem Saanenland sind die Tourismusbüros Gstaad, Saanen und Schönried auch Verkaufsstelle für Skitickets und Eventtickets der Destination. Das Team im Backoffice kümmert sich um jegliche telefonische und schriftliche Anfragen zu Informationen in unserer Destination sowie die Direktreservation von Hotelzimmern und Ferienwohnungen.

ECKDATEN TOURISMUSBÜROS

Tourismusbüros in Gstaad, Saanen, Schönried, Lauenen, Gsteig, Turbach, Saanenmöser, Zweisimmen

Vorverkaufsstellen für Skitickets und Veranstaltungen in der Region

Vermietung und Vermittlung von Ferienwohnungen

Gruppenanfragen

Postagenturen in Saanen und Schönried

HERAUSGEGRIFFEN

Das Geschäftsjahr 2020/21 hat das Guest-Relation-Team vor einige Herausforderungen gestellt. Kaum gingen die Covid-Fallzahlen im Dezember 2020 wieder hoch, klingelt das Telefon wieder ununterbrochen. Schnell musste das Team eine Antwort auf jegliche Fragen zu eingeführten Massnahmen, Einreiseverbot, Testmöglichkeiten und Fallzahlen beantworten.

Mit dem eingeführten Teillockdown am 22. Dezember 2020 mussten die Tourismusbüros das erste Mal an Feiertagen und Sonntagen geschlossen bleiben. Eine absurde Situation für alle, freut man sich doch genau auf die Gäste und die übervolle Promenade in dieser Zeit. Telefonisch blieben wir trotzdem erreichbar, damit wenigstens ein kleines Grundangebot zur Verfügung stand. Dieser heruntergefahrte Betrieb führte im Winter 2020/21 zu reduzierten Besucherzahlen in den Tourismusbüros.

Im Frühling wurde dem Tourismusbüro in Gstaad ein Makeover verpasst. Die Schalter sowie die Schaufenster wurden mit Holz verkleidet, damit dem Gast das Gefühl vermittelt wird, ein Chalet zu betreten. Die wichtigste Änderung ist der Shop auf der linken Seite, welche nun alle Verkaufsartikel wie Bücher, T-Shirts, Mützen und kleinere Souvenirs vereint. Die eingeschnitzten Berge auf den Wänden hinter den Schalterplätzen zeigen das Bergpanorama der Destination und sind ein echter Hingucker. Während des Umbaus wurde das Büro beim Seiteneingang zum Schalterprovisorium umgebaut, damit unsere Gäste trotzdem



Neuer Shop im Schalter Gstaad

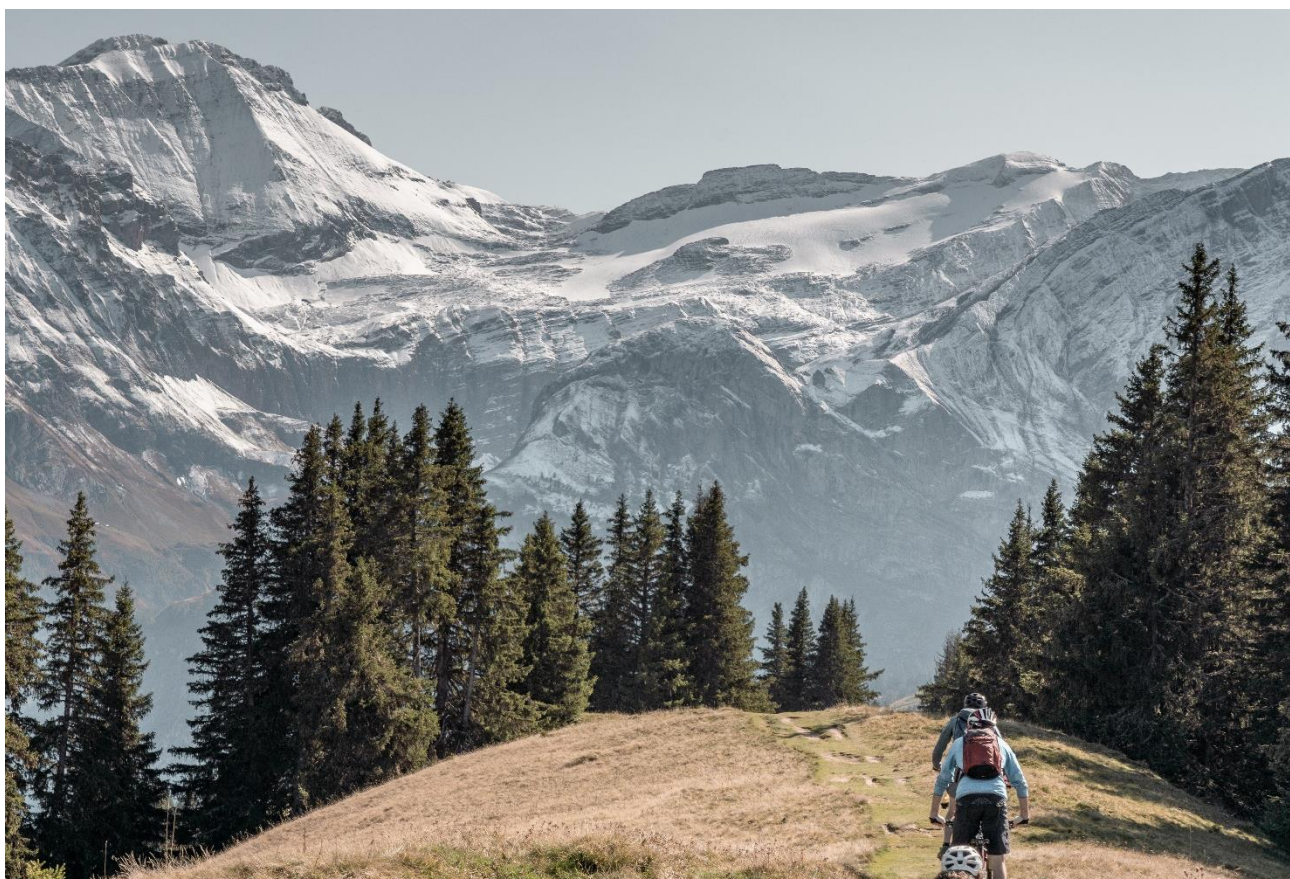
jederzeit bedient werden konnten. Auch die Filialen in Lauenen und Gsteig, betrieben durch die Saanen Bank, wurden im 2021 im Chaletstil renoviert und sind neu mit Bankomat ausgestattet. Die Einführung der Gstaad Card war für die Mitarbeiter vom Guest Relations Team sehr arbeitsintensiv und zeitaufwendig, welche sowohl bei den Leistungsträgern und den Zweitwohnungsbesitzern als auch bei unseren Gästen den First Level Support leisten mussten. Ein ständiger Austausch mit der Arbeitsgruppe und das Durchführen von internen Schulungen war essenziell für die Mitarbeiter, um einen einwandfreien Support zu garantieren. Dank der Durchführung der Grossevents im Sommer ist der Bereich Ticketing wieder ausgelastet und es kehrt ein wenig Normalität in den Alltag der Mitarbeiter ein.

Auch diesen Sommer hat das Team die Gäste durch kleine Charmeoffensiven die Gäste überrascht. In der Promenade wie auch in den Tourismusbüros wurden Käse und Postkarten verteilt, was bei den Gästen sehr gut ankam.

Da gleich zwei Teammitglieder durch Mutterschaft ausgefallen sind, kommt es im Team zu einigen personellen Veränderungen. Neu hat Dragana Jovanovic die Leitung der Guest-Relation-Mitarbeiter übernommen. Durch gut dokumentierte Arbeitsabläufe sowie dem langjährig eingespielten Team konnte der operative Bereich gut aufrechterhalten werden.

UNSERE MITARBEITERINNEN UND MITARBEITER

- Dragana Jovanovic, Leiterin Guest Relations
- Angel Benito, Bereichsleitung Frontoffice
- Olivia Schwenter, Bereichsleitung Backoffice
- Jasmin Rüesch, Fachleitung Ticketing
- Ana-Maria Esposito, Fachleitung Ferienwohnungen
- Marlis von Grünigen, Gästeberatung
- Susana Fantone, Gästeberatung
- Milena Schwizgebel, Gästeberatung
- Donika Asani, Gästeberatung
- André Sousa, Gästeberatung
- Rebekka Ballif, Gästeberatung
- Nicole Buchs, Gästeberatung
- Martina Romang, Fachleitung
Tourismusbüros Saanen und Schönried
- Kathrin Hauswirth, Tourismusbüro Gsteig
- Ariane Jungi, Tourismusbüro Lauenen
- Jolanda Romang, Tourismusbüro Turbach
- Hanspeter Dänzer, Abländschen
- Annkristin Blum, Lernende
- Lia Mathis, Lernende
- Dan Müller, Lernender
- Melina Reuteler, Lernende



MICE

Theresa van den Bergh, Leiterin MICE

«Wir sind die zentrale Anlaufstelle für alle Themen im Bereich Top-Events und MICE.»

Der Bereich MICE bei Gstaad Saanenland Tourismus ist die Anlaufstelle für alle Themen, die in den Bereich der Events in der Destination Gstaad fallen. Dabei hilft die Abteilung, die Eventlandschaft zu gestalten und weiterzuentwickeln. Mit Unterstützung in Marketing und Kommunikation, dem richtigen Netzwerk und nötigen Know-How sind wir das Kompetenzzentrum im Event-Bereich

HERAUSGEGRIFFEN

Durch den Teillockdown im Winter konnten viele Events nicht oder nicht wie gewohnt stattfinden. Trotzdem fanden kleinere und der Situation entsprechend angepasste Anlässe wie z.B. das Gstaad alive!, die Snowboardtäg und der Zauberweg Saanenmöser statt. Auch das Festival Sommets Musicaux de Gstaad passte sich den Umständen an und liess die Konzerte in der Kirche Saanen filmen, damit die Freunde der klassischen Musik die Konzerte online via Stream verfolgen konnten. Obwohl der Sommer 2021 aufgrund der Corona-Pandemie eine grosse Unsicherheit und Herausforderung für unsere Veranstalter

darstellte, konnten unsere Top-Events Gstaad Menuhin Festival & Academy, Swatch Beach Volleyball Major Gstaad, Swiss Open Gstaad und die Country Night Gstaad durchgeführt werden. Besonders erfreulich war, dass Zuschauer unter Einhaltung von 3G-Massnahmen wieder erlaubt waren. Glücklicherweise blieben positiven Testergebnisse beinahe aus. Die Rahmenprogramme der einzelnen Veranstalter wie z.B. beim Swatch Beach Volley Major Gstaad wurden entsprechend angepasst resp. weglassen. An dieser Stelle möchten wir uns bei den Veranstaltern herzlich für das unermüdliche Engagement bedanken.

Ebenso erfreulich war die Einstellung unserer Gstaad-Events-Supporter. Die Community zeigte sich äusserst solidarisch und stimmte den Ausschüttungen an die Top-Events wie gehabt zu. Zudem konnten wir trotz Corona neue Mitglieder gewinnen. Ein schönes Zeichen dafür, wie wertvoll unsere Eventlandschaft für die Destination und ihre Anhänger ist. Um die Mitglieder-Benefits noch attraktiver zu gestalten, ist eine inhaltliche Überarbeitung für 2023 geplant.

Ein weiterer erfreulicher Schritt in Sachen Zusammenarbeit mit den Grossevents in der Region ist GST mit der Einberufung von zwei Glasnost-Sitzungen gelungen. Die Verantwortlichen der Top-Events trafen sich gemeinsam mit Vertretern des GST, um sich auszutauschen und gemeinsame Interessen und Bedürfnisse zu diskutieren. Sowohl die Veranstalter als auch wir begrüssen den Austausch sehr. Dadurch konnten wir bereits konkrete Massnahmen beschliessen und aufgleisen. Unter anderem z.B. die Eventstrategie, ein transparentes MarKom-Reporting sowie eine verstärkte Kommunikation zu und mit den Hotels.

Ausarbeitung Eventstrategie

Ein wichtiger Schritt ist uns mit der Erstellung einer Eventstrategie gelungen. Das Strategiepapier verfolgt die primäre Zielsetzung, die zahlreichen Bestrebungen der Eventpartner der Destination Gstaad sowie ihre Events weiterzuentwickeln und erfolgreich in die Zukunft zu führen, zu koordinieren, Synergiepotenziale offenzulegen und sich gegenseitig zu unterstützen. Dabei hat GST bei der Erarbeitung dieser Eventstrategie die Federführung übernommen, um gleichzeitig die zukünftige Rolle von GST im Eventbereich zu klären, die gewünschten Kompetenzen

GSTAAD-EVENTS SUPPORTER

Nachfolge der WelcomeCard

Seit 2019 im Einsatz

22 Gold-, 11 Silver-, 35 Bronze-Supporter

12% Mitgliederzuwachs in 2 Jahren

3 verschiedene Packages zur Auswahl

Unterstützung von durchschnittlich
über 30 Klein-Events pro Jahr

[Mehr Informationen](#)



auszubauen und die Prozesse zu optimieren. Ein grosser Dank gilt an dieser Stelle der Initialgruppe, den Top-Eventvertretern, der Gemeinde Saanen sowie allen Beteiligten für die wertvolle Zusammenarbeit. Wir hoffen sehr, dass das Strategiepapier Verwendung findet und regelmässig eingesetzt wird.

Der 1. Schweizer Wandergipfel in Gstaad!

Mit der Erarbeitung einer langfristigen Strategie und der intensiven Planung für den Schweizer Wandergipfel konnten wir bereits eine gute Basis für weitere Schritte schaffen. Warum ein Event rund ums Wandern? Wandern ist nicht nur international ein Trend, sondern auch in unserem Land: Es ist die beliebteste Freizeitbeschäftigung der Schweizerinnen und Schweizer. Im Spätsommer 2022 wird Gstaad zum neuen Branchen-Treffpunkt rund um das Thema Wandern. GST führt vom 22. bis 24. August 2022 zusammen mit dem Verband Schweizer Wanderwege als Kompetenzpartner den ersten Schweizer Wandergipfel durch – eine

Fachveranstaltung über Trends, Angebote und Entwicklungen zum Thema Wandern. Der Anlass richtet sich an Branchenvertreter, vor allem Destinationen. Ziel ist es, eine Kompetenzplattform zu schaffen, die das Wandern interdisziplinär erleben, verstehen und mitgestalten lässt und konkrete Projekte begleitet. Die Teilnehmer dürfen sich ausserdem auf ein spannendes Programm freuen.

Mehr Informationen unter: www.wandergipfel.ch.

UNSERE MITARBEITERINNEN UND MITARBEITER

- Theresa van den Bergh, Leiterin MICE
- Claudia Tschudin, Projektleiterin Events



Infrastrukturen & Projekte

Michel Zysset, Leiter Infrastrukturen & Projekte

Planung, Realisierung, Umsetzung, Instandhaltung und Weiterentwicklung touristisch relevanter Infrastrukturen, stets mit dem Qualitätsgedanken «Gstaad like!»

Seit der Erhöhung der Kurtaxen im November 2020 sehen wir uns noch mehr in der Pflicht, die Infrastrukturen zu entwickeln und uns an die Gästebedürfnisse anzupassen. Der Nachhaltigkeitsgedanke spielt dabei ebenfalls eine wichtige Rolle und wird vom gesamten Team so gut als möglich gelebt. Wir unterscheiden zwischen ganzjährigen Infrastrukturen wie zum Beispiel den Genussplätzen (Ruhebänke, Feuerstellen, Picknickplätze im Tal) oder den Familieninfrastrukturen (STATION Saanen, Spielplätze), Infrastrukturen im Sommer (Saani's Erlebniswege, Picknickplätze auf den Bergen) und Infrastrukturen im Winter (Langlaufloipen-Gebiete inkl. Beschneidung, Winterwanderwege, Schneeschuhtrails uvm.). Viele dieser Infrastrukturen könnten nicht ohne Einwilligung der Landeigentümer:innen realisiert werden. An dieser Stelle ein herzliches Dankeschön an alle, die unsere Arbeit somit ermöglichen.

HERAUSGEGRIFFEN

Genussplätze

«Come up, slow down» - um unseren Gästen die Genussdestination noch erlebbarer zu machen, wurden mehrere Genussplätze realisiert und auch im Winter diverse zusätzliche Genussinfrastrukturen installiert. Höhenverstellbare Bänke im Winter, ein zusätzliches überdimensionales Fondue-Caquelon in der Grossen Vorsass und die Renovation/der Neubau von drei bestehenden Grillplätzen sind nur einige der Neuerungen im vergangenen Geschäftsjahr. Die Corona-Situation hat dazu geführt, dass die Gäste noch mehr die Ruhe suchen und dadurch die Grill- und Picknickplätze auch im Winter aufsuchen. Daher werden neu im Winter drei Grillstellen unterhalten und vom Schnee befreit: zwei auf dem Rellerli und eine am Horneggli. Oft wird auf den ersten Blick der Unterhalt der etlichen Ruhebänke im Tal und auf dem Berg (mittlerweile über 650 an der Zahl), der Genussliegen und der vielen Tisch-Bank-Kombinationen nicht direkt wahrgenommen. Das Infrastruktur-Team mäht die Bänke aus, frischt «in die Jahre gekommene» Sitzgelegen-

heiten auf oder ersetzt sie. Viele neue Bänke wurden im vergangenen Geschäftsjahr realisiert, immer mehr auch an stark begangenen Höhenwanderungen.

Ranger Lauenensee

Aufgrund des vermehrten Gästeaufkommens rund um den Lauenensee in den letzten Jahren suchte die Gemeinde Lauen gemeinsam mit Gstaad Saanenland Tourismus nach Lösungen, um das Naturschutzgebiet Gelten-Iffigen weiterhin zu schützen und trotzdem für die Gäste erlebbar zu machen. Durch den Einsatz eines Rangers können Gäste und Einheimische auf sympathische und wirksame Art und Weise auf die Verhaltensregeln im Naturschutzgebiet aufmerksam gemacht werden. Zudem werden so täglich die Infrastrukturen rund um den Lauenensee kontrolliert und Mängel können zeitnah behoben werden.



Lukas von Siebenthal, Ranger Lauenensee



Eröffnungsfeier Saani's Klangerlebnis, Saanen

Saani's Erlebniswege

Nach einer intensiven Planungs- und Umsetzungsphase im Frühling, konnten die Erlebniswege «Saani's Klangerlebnis» zwischen Gstaad und Saanen sowie «Saani's Bergerlebnis» zwischen Schönried und Saanenmöser im August 2021 erfolgreich eröffnet werden. Vielen Dank an die Dorforganisationen Gstaad, Saanen, Saanenmöser und Schönried sowie an alle Sponsor:innen und Landeigentümer:innen für die tatkräftige Unterstützung.

Langlaufloipen, Winterwanderwege & Schneeschuhtrails

Der Winter 20/21 war in vielerlei Hinsicht eine Rekordaison. Verglichen mit den Vorjahren wurden mehr Stunden



Einer von vielen: Picknickplatz „Türli“ in Laenen

und Arbeit in den Aufbau, den Unterhalt und die Weiterentwicklung der Loipen investiert. Der nordische Sport erlebte bereits vor der Pandemie einen Aufschwung, welcher sich durch das Coronavirus noch mehr intensiviert hat. Diese Tendenz spiegelte sich auch in den Verkaufszahlen der Loipenpässe wieder. Die technische Beschneigung der Loipe in Schönried-Saanenmöser ist beinahe nicht mehr wegzudenken und gilt als eines der Erfolgsrezepte für eine qualitativ hochwertige Loipe, auch nach tagelangen Regengüssen. Zudem wurden die Winterwanderwege und Schneeschuhtrails erweitert und verbessert. Hierbei adaptierte sich die gesamte Abteilung innert kürzester Zeit an die Gegebenheiten rund um die Gästebedürfnisse in der Pandemie.



Präparation der Loipen in der Laenen

Ausblick nächstes Geschäftsjahr (grössere Projekte)

- Destinationssignaletik (inkl. Sommerwanderweg und Langlauf/Winterwandern)
- Saaniland-Spielplätze
- Lernparks «Saanis Snowliland»
- Qualitätssteigerung in sämtlichen bestehenden Projekten
- Naturnaher Tourismus Lauenen



UNSERE MITARBEITERINNEN UND MITARBEITER

- Michel Zysset, Leiter Infrastrukturen & Projekte
- Jan Brand, Projektleiter Infrastrukturen
- Toni Ryter, Leiter Werkgruppe
- Markus Schwizgebel, Mitarbeiter Werkgruppe
- Peter Oehrli, Mitarbeiter Werkgruppe
- Peter Bärtschi, Mitarbeiter Werkgruppe
- Silvan Sumi, Mitarbeiter Werkgruppe
- Lukas von Siebenthal, Mitarbeiter Werkgruppe & Ranger Lauenensee

Die Abteilung setzt sich, insbesondere im Winter, aus vielen weiteren Partner:innen und Mitarbeiter:innen zusammen. Auch Ihnen sei an dieser Stelle für den unermüdlichen Einsatz gedankt.



Top 10 Stundenaufwände

13'479

MITARBEITER STUNDEN TOTAL



Marketing

Die Gstaad Marketing GmbH ist im Auftrag von Gstaad Saanenland Tourismus für das Destinationsmarketing zuständig.

Folgenden Aufgaben führt die Gstaad Marketing GmbH aus:

Marketing Kommunikation

- Destinationsauftritt
- Werbe- und Kommunikationsmassnahmen
- Lead Krisenkommunikation
- Digital Marketing & Werbemittel
- Kampagnen & Content Marketing
- Public Relations & Kommunikation

Marktbearbeitung

- Repräsentation Destination im In- und Ausland
- Ansprechpartner für Reiseveranstalter, Buchungsplattformen und lokale Vertreter

Bearbeitete Märkte

CH, UK, D, F, Benelux, USA, GCC

Kampagnenmanagement Schweiz

3 Haupt-Kampagnen: «Ahifahre» Winter, «Id Rueh vor Natur» Sommer/Herbst, Top4-Skiabonnement
Anzahl TV-Ausstrahlungen Sommer/Herbst: 94 Ausstrahlungen auf SRF und RTS

PR

Anzahl Journalisten/Influencer in Gstaad betreut: 68
Anzahl bezahlte Medienbeiträge: 36 mit Reichweite von 2'836'000 LeserInnen
Anzahl Medienanfragen beantwortet: 157
Medienberichte Schweiz zu Gstaad: 2'532

Sales

- Anzahl besuchte/erreichte Reiseunternehmen (teilweise in virtueller Form/Webinar): Total 418 Reiseagenturen
- Anzahl betreute Reiseunternehmen in Gstaad:
Total 32 Reisen /150 Teilnehmer
- Anzahl Messe- und Eventauftritte: Total 14 Anlässe
- Sales Prints/Social Media: Total 24

Anzahl Aktivitäten MICE

10 Events mit 295 Teilnehmenden & The official Wedding Shooting SCIB im Alpina Gstaad

Digital

- Webpagebesuche gstaad.ch:
994'753 Nutzer (3% im Vergleich zum Vorjahr)
- Instagram 40'193 (+16.09%)
- Facebook 27'206 (+2.13%)

Content

90 Shootings – 5000 Bilder

HERAUSGEGRIFFEN

Saaniland

- Familienbrand entwickelt
- Landingpage aufgebaut inkl. Karte
- Maskottchen eingeführt
- 2 Hörspiele produziert

Gstaad on Tour

- 16 Gastronomiepartner mit 60 Fonduegondeli
- 3 Weihnachtsmärkte

Unter folgenden Links können die detaillierten Tätigkeiten der Gstaad Marketing GmbH aufgerufen werden:

[Broschüre 5 Jahre Gstaad Marketing](#)



[Reporting Destinationsvermarktung Sommer 2021](#)



WEITERE INFOS ZU GST

[Destinationstrategie 2021-2024](#)



[Übersicht Mitarbeiter und Vorstand](#)



[Projektblog](#)



[Berichte und Reglemente](#)



Jahresrechnung

Bilanz

	BILANZ 31.10.21		BILANZ 31.10.20	
AKTIVEN	6'397'873	100%	6'089'508	100%
Umlaufvermögen	2'285'771	35.7%	1'570'907	25.8%
Flüssige Mittel	559'260	8.7%	377'887	6.2%
Forderungen	1'308'470	20.5%	1'096'348	18.0%
Warenvorräte	60'525	0.9%	51'626	0.8%
Aktive Rechnungsabgrenzung	357'516	5.6%	45'046	0.7%
Anlagevermögen	4'112'102	64.3%	4'518'601	74.2%
Finanzanlagen	20'100	0.3%	20'100	0.3%
Mobile Sachanlagen	82'001	1.3%	63'500	1.0%
Immobilie Haus des Gastes	2'700'000	42.2%	2'600'000	42.7%
Übrige Immobilien	1'310'001	20.5%	1'835'001	30.1%
PASSIVEN	6'397'873	100%	6'089'508	100%
Kurzfristiges Fremdkapital	2'132'681	33.3%	1'583'835	26.0%
Kurzfristige Verpflichtungen	1'207'493	18.9%	982'181	16.1%
Passive Rechnungsabgrenzung	925'188	14.5%	601'654	9.9%
Langfristiges Fremdkapital	3'047'586	47.6%	3'363'902	55.2%
Langfristige verzinsliche Verbindlichkeiten	1'867'000	29.2%	2'567'000	42.2%
Übrige langfristige Verbindlichkeiten	462'000	7.2%	365'000	6.0%
Rückstellungen langfristig	718'586	11.2%	431'902	7.1%
Eigenkapital	1'177'595	18.4%	1'232'524	20.2%
Vereinsvermögen	778'835	12.2%	869'588	14.3%
Kontokorrent Dorfgenerationen	398'760	6.2%	362'936	6.0%
Unternehmens-Ergebnis	40'011	0.6%	-90'753	-1.5%

Erfolgsrechnung

	RECHNUNG 2020/21	RECHNUNG 2019/20	RECHNUNG 2018/19
BETRIEBSERTRAG	10'664'452	8'716'480	8'822'847
Ticket- und Warenverkauf	991'079	884'608	1'473'910
Wege & Anlagen	216'663	101'772	127'271
Kurtaxen brutto	4'448'286	2'932'294	2'872'055
./ Anteil Kurtaxen Gstaad Card*	-	-139'633	-126'986
Events	-	71'000	-
Gemeindebeiträge	275'000	275'000	260'000
Tourismusförderungsabgabe	1'188'865	1'204'448	1'199'193
Direktreservation	2'196'508	1'948'098	1'982'759
Übrige Dienstleistungen	214'350	304'430	428'840
Erlösminderungen	-5'000	-11'742	-
Gstaad Events Supporter	365'547	327'213	394'001
Gstaad Card	90'000	625'922	-
ÖV Winter	471'848		
Dorfgenerationen	211'306	193'070	211'804
SACHAUFWANDBETRIEB	7'135'284	5'772'384	5'921'147
Ticket- und Warenaufwand	906'803	778'906	1'325'854
Gäste Information und Animation	107'692	112'264	114'904
Touristische Infrastrukturen	662'565	506'555	402'993
Marketing und Projekte	1'662'833	1'358'241	1'592'989
Direktreservation	2'145'815	1'870'213	1'878'602
Gstaad Events Supporter	365'547	327'213	394'001
Gstaad Card	562'908	625'922	-
ÖV Winter	509'815		
Dorfgenerationen	211'306	193'070	211'804
Bruttoergebnis 1	3'529'168	2'944'096	2'901'700
PERSONALAUFWAND	2'515'303	2'148'151	2'180'742

ÜBRIGER BETRIEBLICHER AUFWAND	940'069	851'462	773'055
Verwaltungs-, Fahrzeug-, Informatikaufwand	414'163	411'573	376'916
MwSt Vorsteuernkürzung	265'726	195'547	159'037
Raumaufwand	260'180	244'342	237'102
EBITDA BETRIEBSERGEBNIS	73'796	-55'517	-52'097
Abschreibungen	458'360	242'100	227'500
Finanzaufwand und -ertrag	-1'918	2'065	2'260
Erfolg Liegenschaften	-240'955	-218'894	-266'611
ao. & periodenfremder Erfolg	-181'702	9'965	-24'999
Unternehmens-Ergebnis	40'011	-90'753	9'753

Detail öffentlich-rechtliche Erträge

	RECHNUNG 2020/21	RECHNUNG 2019/20	RECHNUNG 2018/19
KURTAXEN NETTO	4'448'286	2'792'661	2'745'069
Ertrag Kurtaxen brutto	4'448'286	2'932'294	2'872'055
Ertrag Kurtaxen Hotel	1'734'368	1'146'288	1'154'664
Ertrag Kurtaxen Gruppen / Camping	100'894	87'576	107'641
Ertrag Kurtaxenpauschalen	2'613'024	1'698'430	1'609'750
./ Anteil Kurtaxen Gstaad Card*	-	-139'633	-126'986
GEMEINDEN	275'000	275'000	260'000
Gemeindebeitrag Saanen	250'000	250'000	250'000
Gemeindebeitrag Lauenen	12'500	12'500	-
Gemeindebeitrag Gsteig	12'500	12'500	10'000
TOURISMUSFÖRDERUNGSABGABE	1'188'865	1'204'448	1'199'193
Auswärtige Geschäftsbeiträge	22'916	25'377	24'414
TFA Saanen / Lauenen / Gsteig	905'949	919'071	914'779
TFA Hotelierverein	260'000	260'000	260'000

* neues Gstaad Card Konzept => Ertrags-Umbuchung entfällt

Kostenstellenrechnung 2020/021
(Kurtaxen- / Tourismusförderungs- / Gemeindebeitrags-Rechnung)

	TOTAL	GUEST RELATIONS	INFRA- STRUKTUREN FÜR GÄSTE	DESTINATIONS- ENTWICKLUNG	DIGITALI- SIERUNG	EVENTS / MICE	MARKETING	GEMEINKOSTEN (FINANZ, ADMIN, IT)
Betriebserträge Netto								
Nettoergebnis Warenverkauf	84'277	84'277						
Nettoergebnis Direktreservation	50'693	50'693						
Übrige Erträge	426'013	61'608	216'663			10'000	1'836	135'906
Umlage Gemeinkosten	-	62'723	42'622	11'458	10'099	9'004	-	-135'906
Total Ertrag vor Kurtaxe, TFA & Gemeindebeiträge	560'983	259'301	259'285	11'458	10'099	19'004	1'836	-
Betriebsaufwand Netto								
Mitarbeiteraufwand	2'515'304	863'540	586'798	157'747	139'044	123'970		644'205
Sach- & Verwaltungsaufwand	3'735'854	535'681	883'225	371'724	297'478	104'695	1'257'556	285'495
Raumaufwand & Nettoergebnis Liegenschaften	19'225	134'446	63'312	10'658	7'612	7'612		-204'415
Abschreibungen, Finanz-Erfolg, Neutraler Erfolg	162'740	70'603	303'939	9'219	6'768	7'024		-234'813
Umlage Gemeinkosten	-	226'359	153'817	41'350	36'449	32'497		-490'472
Total Betriebsaufwand	6'433'123	1'830'629	1'991'091	590'698	487'351	275'798	1'257'556	-
Durch zweckbestimmte Beiträge zu deckender Betriebsaufwand (Kurtaxen, TFA & Gemeinde)	5'872'140	1'571'328	1'731'806	579'240	477'252	256'794	1'255'720	-
Kurtaxenerträge	4'448'286							
./. Durch Kurtaxen zu deckender Betriebsaufwand	-4'359'626							
Überdeckung Kurtaxen	88'660							
Erträge Tourismusförderungsabgabe (TFA)	1'188'865							
./. Aufwände Marketing	-1'512'514							
Unterdeckung TFA	-323'649							
Gemeindebeiträge nicht zweckbestimmt	275'000							
./. Überdeckung Kurtaxen	88'660							
./. Unterdeckung TFA	-323'649							
Unternehmens-Gewinn	40'011							

Abschreibungstabelle

	BILANZWERT	ZUWACHS	WERT PER	ABSCHREIBUNGEN		BILANZWERT
	01.11.2020	20/21	31.10.2021	PER 31.10.2021		01.11.2021
ANLAGEVERMÖGEN	4'518'601	581'861	4'570'462	458'360	10.0%	4'112'102
Wertschriften	20'100	-	20'100	-	0.0%	20'100
Mobile Sachanlagen	63'500	104'523	168'023	86'022	51.2%	82'001
Büromobilien/-maschinen	5'000	6'026	11'026	6'026	54.7%	5'000
EDV Anlagen	20'000	27'647	47'647	25'647	53.8%	22'000
Maschinen & Werkzeug	18'000	61'115	79'115	39'115	49.4%	40'000
Fahrzeuge	500	-	500	499	99.8%	1
Werkfahrzeuge	20'000	9'735	29'735	14'735	49.6%	15'000
Immobilie Sachanlagen	4'435'001	477'338	4'382'339	372'338	8.5%	4'010'001
Immobilie Haus des Gastes	4'050'000	203'690.00	4'253'690	103'690	3.7%	4'150'000
Immobilien Beitrag öffentliche Hand	-1'450'000	-	-1'450'000	-	-	-1'450'000
Lagerraum Rotli Gstaad	250'000	-	250'000	-	0.0%	250'000
Spiel - Sportanlagen / Infrastruktur	15'000	273'648.00	288'648	243'648	84.4%	45'000
Campingplatz Saanen	980'000	-	980'000	25'000	2.6%	955'000
Tennisplatz Saanen	1	-	1	-	0.0%	1
Garagenplatz Schönried	30'000	-	30'000	-	0.0%	30'000
Tennisplatz Schönried	30'000	-	30'000	-	0.0%	30'000
Stwe Chalet Birke Saanenmöser	530'000	-	verkauft	-	0.0%	-
Total Abschreibungen				458'360	10.0%	

Anhang zur Jahresrechnung 2020/2021

Firma, Sitz und Rechtsform des Unternehmens
Gstaad Saanenland Tourismus in Gstaad, Verein
UID CHE-105.797.984

Anzahl Vollzeitstellen

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

Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

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

Auswirkungen Coronavirus

Die Budgetierung basierte auf der Annahme einer langsamen Erholung des Tourismussektors. Dank der guten Wintersaison und einer überdurchschnittlichen Sommersaison konnte die vorliegende Jahresrechnung besser als geplant abschliessen. Die Auswirkungen der aktuell wieder verschärften Massnahmen sind erneut schwer abschätzbar, insbesondere in Hinblick auf die anstehende Wintersaison. Der Vorstand beobachtet die Entwicklung der Krisensituation in Zusammenhang mit Covid-19 laufend, um zeitnah allfällige Massnahmen ergreifen zu können.

Gesamtbetrag der zur Sicherung eigener Verbindlichkeiten

verwendeten Aktiven sowie Aktiven unter Eigentumsvorbehalt	31.10.2021	31.10.2020
Buchwert der belasteten Immobilien	3'685'001	4'140'001
Schuldbriefe	3'136'000	3'586'000
Kreditsumme effektiv beansprucht	1'867'000	2'567'000

Direkte oder indirekte Beteiligungen an Unternehmen

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

Forderungen und Verbindlichkeiten gegenüber direkt Beteiligten	31.10.2021	31.10.2020
Forderungen	32'758	50'611
Verbindlichkeiten	0	11'521

Erläuterung zu ausserordentlichen, einmaligen oder periodenfremden Positionen

Ertrag TCHF 1: Korrektur Kreditoren Dires

Ertrag TCHF 307: Buchgewinn Verkauf STWEG Chalet Birke

Aufwand TCHF 112: Bildung Infrastruktur-Fonds Saanenmöser (aus Verkauf STWEG Chalet Birke)

Aufwand TCHF 14: Kosten Verkauf STWEG Chalet Birke

Nettoaflösung stille Reserven	31.10.2021	31.10.2020
Wesentliche Nettoaflösung (Immobilien)	305'000	0

Bericht der Revisionsstelle



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

Gstaad, 10. Januar 2022/JH/lb

Bericht der Revisionsstelle zur Eingeschränkten Revision für die Rechnung 2020/2021

Sehr geehrte Damen und Herren

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz und Erfolgsrechnung) des Vereins Gstaad Saanenland Tourismus für das am 31. Oktober 2021 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

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

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

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

ribo treuhand ag

J. Horn
Revisionsexperte

L. Bieri
Revisorin

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

Mitglied TREUHAND | SUISSE

Geschäftsprüfungskommission GST

Sehr geehrte Damen und Herren

Die Geschäftsprüfungskommission hat im Geschäftsjahr 2020/2021 drei Sitzungen durchgeführt. Den Mitgliedern der Geschäftsprüfungskommission standen die Sitzungsprotokolle des GST Vorstandes, die Berichte zum Geschäftsverlauf, die Kontrollberichte der T & R Oberland AG, die Budgets und die Geschäftsabschlüsse sowie der Revisorenbericht der ribo treuhand ag gstaad als Arbeitsunterlagen zur Verfügung. An den GPK-Sitzungen nahmen neben den GPK Mitgliedern der Präsident des Vorstandes, Herr Oliver Waser, der Tourismusdirektor, Herr Flurin Riedi, sowie die Leiterin Finanzen, Frau Andrea Riggenbach, teil.

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

1 Statutengemässe Vereinsführung

Die GPK bestätigt, gestützt auf ihre Überprüfungs-fähigkeit sowie aufgrund der vollumfänglich einseharen Unterlagen, dass insbesondere die Entscheidungsprozesse, Beschlussfassungsvorgänge, Kompetenzregelungen und Ausübung sowie die Geschäftstätigkeit im Geschäftsjahr 2020/2021 den GST-Statuten entsprochen haben.

2 Umsetzung der Beschlüsse

Die GPK bestätigt, dass im Geschäftsjahr 2020/2021 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

Der GST hat in diesem Geschäftsjahr 2020/2021 einen Gewinn von CHF 40'011.00 erwirtschaftet. Sowohl die Kontrollstellenberichte der T & R Oberland AG als auch der Revisionsbericht der ribo treuhand ag stellen GST im Bereich ihrer jeweiligen Prüfungsverantwortung ein gutes Zeugnis aus.

Anmerkungen GPK

Das Geschäftsjahr 2020/2021 war nochmals stark von den COVID Einschränkungen geprägt. Auf die Wintersaison mit einem kompletten Lockdown der Restaurants folgte ein einigermassen normaler Sommer mit einigen Top Events, wenn auch mit eingeschränkten Kapazitäten. Leider konnten nicht alle Anlässe stattfinden und von dem Tourismus und allen Dienstleistern wurde sehr viel Flexibilität und Mehraufwand abverlangt, herzlichen Dank dafür!

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass der GST ein gutes Geschäftsjahr 2020/21 verzeichnete. Die Liquidität war jederzeit sichergestellt und die Überwachungs-instrumente wurden gewissenhaft nachgeführt. Das Produkt Gstaad hat auch unter schwierigen Rahmenbedingungen sehr gut funktioniert, weil wir die Themen raus in die Natur, Qualität und Authentizität schon seit Generationen leben und pflegen. Dass diese Alleinstellungsmerkmale sowohl bei den Internationalen wie auch Schweizer Gästen absolut gefragt sind, zeigt zum Beispiel die schöne Steigerung bei den Einnahmen der Kurtaxen.

Der GPK ist es wichtig, dass die Zusammenarbeit des GST mit der Gstaad Marketing GmbH effizient und klar geregelt ist. Bedingt durch Auslagerung einzelner Tätigkeiten der GM haben wir Anpassungen in den Prozessen verlangt, welche umgesetzt werden. Für die Gesamtverantwortung der GM stehen aber die vier Eigner BDG, GST, Gewerbeverein und Hotelierverein in der Pflicht.

Wir hoffen, dass wir nicht wieder von der X-ten COVID Welle eingeholt werden und dass bald Lockerungen eine gewisse Normalität bringen. Was auch kommen mag, Planungssicherheit haben wir kaum. Was wir aber beeinflussen können, ist unsere tägliche Leistung, innovative Produkte kreieren, Sorge zu unseren Dörfern tragen und immer ein GROSSES Herz für die Gastfreundschaft behalten.

Wir danken allen Mitarbeitern und dem Vorstand ganz herzlich für die grosse Arbeit und wünschen allen gute Gesundheit und viel Freude bei der Arbeit.

Beste Grüsse
Geschäftsprüfungskommission



Philipp Reber
Präsident GPK



Logiernächte

Entwicklung auf Basis der Kurtaxenstatistik GST
Stand 30.11.2021

LOGIERNÄCHTE-ENTWICKLUNG DER DESTINATION

Winter	13/14	14/15	15/16	16/17	17/18	18/19	19/20	20/21	+/-	in%
Hotels	192'237	188'448	184'859	184'344	189'317	196'064	179'379	191'215	11'836	6.6%
Anteil Winter	52%	51%	52%	51%	50%	49%	46%	45%	-1.7%	

Sommer	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	+/-	in%
Hotels	178'875	178'281	167'388	177'593	189'914	207'420	206'785	236'095	29'310	14.2%
Anteil Sommer	48%	49%	48%	49%	50%	51%	54%	55%	1.7%	

Jahr (Nov - Okt)	13/14	14/15	15/16	16/17	17/18	18/19	19/20	20/21	+/-	in%
Hotels	371'112	366'729	352'247	361'937	379'231	403'484	386'164	427'310	41'146	10.7%
Ferienwohnungen	656'563	684'784	671'216	664'573	659'892	656'014	686'626	702'588	15'962	2.3%
Gruppenunterk./Camping	145'530	136'751	134'768	126'851	141'305	143'347	123'477	99'900	-23'577	-19.1%
Total Jahr	1'173'206	1'188'263	1'158'231	1'153'361	1'180'428	1'202'845	1'196'267	1'229'798	33'531	2.8%

DETAILSTATISTIK HOTELLERIE

	13/14	14/15	15/16	16/17	17/18	18/19	19/20	20/21	+/-	in%
5* Hotels	99'736	96'491	100'434	101'234	107'810	109'580	108'016	123'907	15'891	14.7%
4* Hotels	116'421	119'991	106'320	127'810	136'209	136'651	135'097	153'383	18'286	13.5%
3* Hotels	109'509	105'827	100'263	86'944	82'973	80'492	80'244	91'051	10'807	13.5%
Übrige	45'446	44'420	45'230	45'949	52'239	76'761	62'807	58'969	-3'838	-6.1%
Total Hotellerie	371'112	366'729	352'247	361'937	379'231	403'484	386'164	427'310	41'146	10.7%

HOTEL AUSLASTUNGSSTATISTIK

	13/14	14/15	15/16	16/17	17/18	18/19	19/20	20/21	+/-
Total Betten	3'164	3'029	3'033	2'962	2'951	3'030	2'969	2'980	11
Verfügbare Betten / Jahr	1'103'880	1'098'140	1'035'345	1'054'940	1'039'110	1'089'755	1'068'985	1'071'120	2'135
Logiernächte	371'112	366'729	352'247	361'937	379'231	403'484	386'164	427'310	41'146
Auslastung / 365 Tage	33.6%	33.4%	34.0%	34.3%	36.5%	37.0%	36.1%	39.9%	3.8%

HOTELLERIE AUFGEGLIEDERT NACH DÖRFERN

	13/14	14/15	15/16	16/17	17/18	18/19	19/20	20/21	+ / - in LN	+ / - in %
Gstaad	143'344	140'004	143'557	142'252	151'086	157'836	146'709	155'847	9'138	6.2%
Saanen	91'849	100'388	83'212	98'300	95'690	113'757	104'663	108'679	4'016	3.8%
Schönried	58'903	54'713	55'762	53'703	58'380	55'540	53'596	68'915	15'319	28.6%
Saanenmöser	45'988	47'144	46'197	45'436	46'881	49'224	53'497	63'005	9'508	17.8%
Gsteig	2'039	1'526	524	673	259	1'237	1'652	2'404	752	45.5%
Lauenen	9'454	7'812	7'150	8'118	9'595	8'941	11'932	12'484	552	4.6%
Zweisimmen	19'535	15'142	15'845	13'455	17'340	16'949	14'115	15'976	1'861	13.2%
Total Destination	371'112	366'729	352'247	361'937	379'231	403'484	386'164	427'310	41'146	10.7%

DETAILSTATISTIK HOTELLERIE NACH HERKUNFTSLAND

Herkunftsland	13/14	14/15	15/16	16/17	17/18	18/19	19/20	20/21	+/-	%
Schweiz	241'208	236'002	225'974	236'319	245'456	254'863	288'158	359'355	71'197	24.7%
Deutschland	19'880	17'281	14'287	13'625	14'894	19'809	15'488	11'212	-4'276	-27.6%
Frankreich	20'954	18'629	17'330	16'280	17'318	17'760	16'996	17'307	311	1.8%
Benelux	15'996	13'674	13'183	11'093	11'991	12'188	10'609	6'841	-3'768	-35.5%
Grossbritannien	15'319	16'222	16'750	17'742	16'949	17'762	13'789	4'822	-8'967	-65.0%
Italien	5'919	5'391	5'493	5'272	5'994	7'049	4'557	3'739	-818	-18.0%
Spanien+Portugal	4'474	5'016	5'602	4'277	5'479	6'129	3'964	1'988	-1'976	-49.8%
Skandinavien	1'766	1'773	1'144	1'319	2'100	3'144	1'325	869	-456	-34.4%
Übriges Europa	7'639	9'017	12'416	10'593	12'352	11'619	7'955	5'633	-2'322	-29.2%
Russland	5'996	4'408	3'658	3'936	3'770	3'520	3'243	1'840	-1'403	-43.3%
Total Europa	97'943	91'411	89'863	84'137	90'847	96'980	77'926	54'251	-23'675	-30.4%
Brasilien	1'457	1'415	902	1'309	1'156	1'660	1'458	575	-883	-60.6%
Indien	2'713	4'714	2'545	3'230	3'913	6'807	1'516	1'153	-363	-23.9%
Golf-Staaten	6'231	8'393	9'816	11'709	8'772	9'999	3'824	4'612	788	20.6%
China	1'416	3'442	1'914	2'815	2'497	2'919	1'013	278	-735	-72.6%
Süd- / Ostasien	4'508	5'516	5'390	4'426	5'129	5'809	1'714	637	-1'077	-62.8%
USA + Kanada	10'097	10'662	10'990	12'214	14'296	15'745	6'594	5'025	-1'569	-23.8%
Übrige	5'539	5'174	4'853	5'778	7'165	6'702	3'961	1'424	-2'537	-64.0%
Total Fernmärkte	31'961	39'316	36'410	41'481	42'928	49'641	20'080	13'704	-6'376	-31.8%
Total Destination	371'112	366'729	352'247	361'937	379'231	403'484	386'164	427'310	41'146	10.7%

Destination Gstaad

GSTAAD

SAANEN

SCHÖNRIED

SAANENMÖSER

ZWEISIMMEN

LAUENEN

GSTEIG

FEUTERSOEY

TURBACH

ABLÄNDSCHEN
