

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

G S T A A D<sup>®</sup>



COME UP – SLOW DOWN



**GESCHÄFTSBERICHT 2006/2007**



## INHALT

1. BRIEF AN DIE MITGLIEDER	2
2. TOURISTISCHER LAGEBERICHT IN KÜRZE	3
3. TÄTIGKEITSBERICHT	
3.1. Organigramm	5
3.2. Vorstandstätigkeit	5
3.3. Geschäftsleitung	7
3.4. Marketing & PR	9
3.5. Call Center & Reservation	12
3.6. Gästeberatung & Ticketing	14
3.7. Infrastrukturen & Events	16
3.8. Finanzen & Administration	18
3.9. Lehrlings-Ausbildung	19
3.10. Dorforganisation	20
4. JAHRESRECHNUNG 2006/07	22
5. PROTOKOLL DER HAUPTVERSAMMLUNG 2007	30
6. GESCHÄFTSFÜHRUNGS- UND VERWALTUNGSORGANE	38
7. TOURISMUS-STATISTIK	39
8. WELCOME CARD	42

# 1. BRIEF AN DIE MITGLIEDER



Liebe Mitglieder

Das Tourismusjahr 2006/07 zeigte zwei unterschiedliche Gesichter. Im Bereich des Aufenthaltstourismus und der medialen Aufmerksamkeit durfte die Feriendestination Gstaad erneut Rekorde feiern. Diese beschäftigten auch Gstaad Saanenland Tourismus stark. Als besonderes Highlight beherbergte Gstaad «die beste Beach Volleyball WM aller Zeiten» (Zitat des internationalen Volleyballverbandes FIVB).

Rekordverdächtig, jedoch im negativen Sinn, präsentierte sich das Tourismusjahr der Bergbahnen. Der schneeärmste Winter seit Beginn der Messungen bescherte einen Umsatzeinbruch von bislang unbekanntem Ausmass. Hauptursache dafür ist die fehlende Nachfrage der Tagesgäste, die vermehrt auf schneesicherere Nachbargebiete auswichen. Infolge der fortschreitenden Klimaerwärmung steht zu befürchten, dass sich derartige Konstellationen in den kommenden Jahrzehnten häufen. Wenn Gstaad eine Top-Feriendestination bleiben soll, ist in diesem Bereich eine hohe Investitionsbereitschaft gefragt.

Vor meinem Ausscheiden als Präsident an der Hauptversammlung 2008 ist es mir ein Bedürfnis, über die vergangene Dekade Bilanz zu ziehen. Ende der 90er Jahre steckte der Schweizer Tourismus in einer tiefen Krise, von der auch die Ferienregion Gstaad stark betroffen war. Die Gäste stellten aufgrund ihrer wachsenden internationalen Erfahrung immer höhere Ansprüche. Auf ein sich stark veränderndes Tourismusumfeld mit immer mehr Mitspielern und neuen Marketing- und Verkaufsansätzen galt es, Massnahmen zu ergreifen. Zudem war im Saanenland ein Investitionsstau festzustellen. Als eine der Reaktionen entschieden sich die Verkehrsvereine des Saanenlands Ende der

90er Jahre für eine Fusion – ein Schritt, den bis dahin noch niemand in den Schweizer Alpen gewagt hatte. Die neue Organisation stand zunächst auf schwachen Beinen. Sie litt unter einem chronischen Finanzierungsdefizit sowie einem zu umfangreichen und nicht klar definierten Aufgabenfeld. Durch eine stabile Führungsmannschaft in Vorstand und Geschäftsleitung war es möglich, mit Gstaad Saanenland Tourismus eine Tourismusorganisation aufzubauen, die in der Schweiz als beispielgebend gilt. Heute ist GST eine Serviceorganisation, die nach wie vor das klassische Geschäft eines Verkehrsvereines betreibt, zusätzlich aber bedeutende Mandate und kommerzielle Aufgaben erfüllt und damit für die Destination unverzichtbare Leistungen erbringt.

Die Entwicklung schreitet weiter voran. So beschäftigt sich GST zurzeit damit, wie man einzelne Abläufe in der Region weiter professionalisieren könnte, und stellt sich der Herausforderung, im Markt immer finanzstärkerer Tourismusmarketingorganisationen weiterhin Massstäbe zu setzen. Diesen Weg wird eine eingespielte Crew weiter gehen. Mir bleibt es, meinen Mitstreitern innerhalb und ausserhalb von GST herzlich für die tolle Zusammenarbeit zu danken und ihnen viel Erfolg für den weiteren Weg zu wünschen.

Walter Egger, Präsident

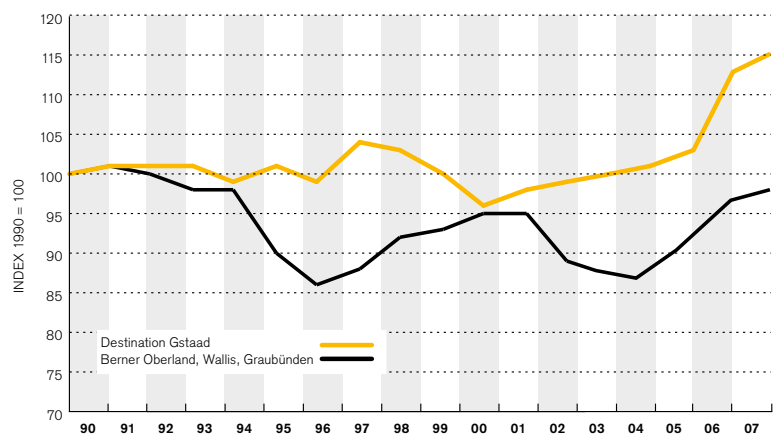
## 2. TOURISTISCHER LAGEBERICHT IN KÜRZE

### Destination Gstaad bleibt bei Aufenthaltsgästen trendy

Der positive Entwicklungspfad der Destination Gstaad der vergangenen Jahre setzt sich weiter fort. Auch im Berichtsjahr nahmen die Hotelübernachtungen und damit die Auslastung der Hotelbetriebe erneut zu. Besonders erfreulich daran ist, dass die Destination Gstaad den Index des Schweizer Alpenraumes (Graubünden, Wallis, Berner Oberland) betreffend Wachstumsrate erneut übertroffen hat.

#### Entwicklung Hotelübernachtungen

Quelle: 90-04: BAK Basel Economics Tourism Benchmark, ab 05 & 06: Logiernächtestatistiken Destination Gstaad und Bundesamt für Statistik BFS

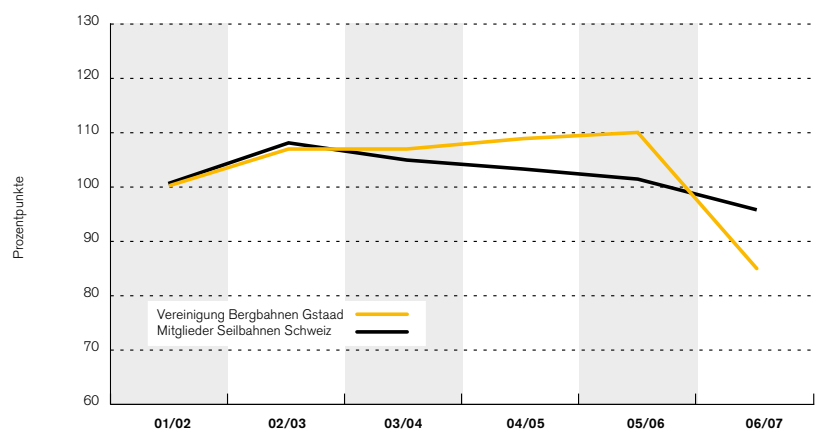


### Grosse Einbusse bei Winter-Tagesgästen

Der Tagesgästebereich konnte mit dem Erfolg bei den Aufenthaltsgästen nicht mithalten. Im Berichtsjahr litten die Bergbahnen der Region stark unter den sehr mageren Schneeverhältnissen. Der seit drei Jahren positive Wachstumskurs gegenüber der Gesamtheit der Schweizer Bergbahnen konnte damit nicht fortgesetzt werden. Es ist festzustellen, dass die Bergbahnen der Region in normalen Jahren sich offensichtlich besser entwickeln als die Gesamtheit der Schweizer Bergbahnen, in einem Ausnahmewinter wie 2006/07 jedoch deutlich schlechter abschneiden.

#### Umsatzentwicklung Bergbahnen

Quelle: Verband Seilbahnen Schweiz & Erfolgsrechnung Vereinigung Bergbahnen Gstaad und Umgebung

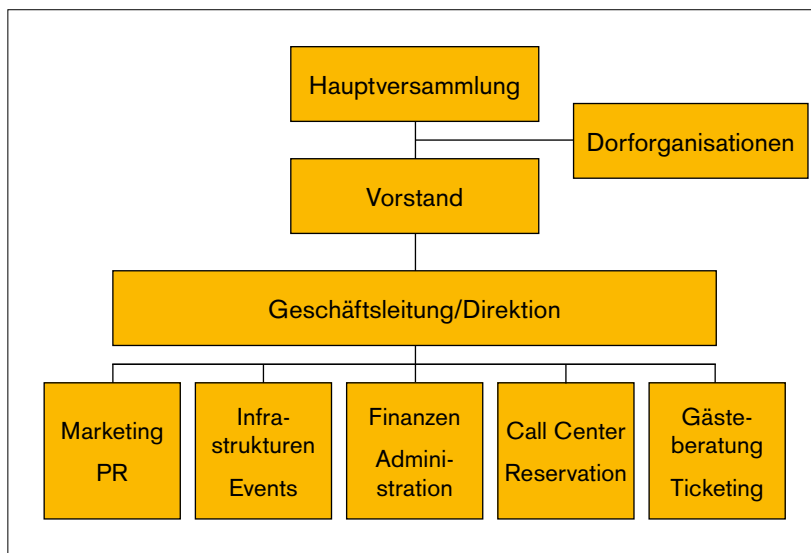




# 3. TÄTIGKEITSBERICHT

# You

## 3.1. Organigramm



## 3.2. Vorstandstätigkeit

### Aufgaben

Als strategisches Führungsorgan setzt der Vorstand Leitlinien und Eckpunkte und überwacht die Geschäftsleitung in der operativen Führung der Gesellschaft. Darüber hinaus beeinflusst er Themen, die für die touristische Entwicklung der Gesamtdestination wesentlich sind. Der Vorstand hat als Gesamtgremium im Berichtsjahr fünf Mal regulär getagt und einen ganztägigen Workshop durchgeführt. Darüber hinaus fanden diverse ausserordentliche Sitzungen in themenabhängiger Zusammensetzung statt.

### Herausgegriffen

#### • Destinationsentwicklung / Zukunft GST

Die Landschaft im Destinationsmarketing und -Management verändert sich im alpinen Tourismus mit wachsender Geschwindigkeit. So entstanden im österreichischen Bundesland Tirol aus noch 254 Tourismusvereinen im Jahr 2000 knapp 40 zusammengeschlossene Destinationsmanagement-Organisationen. Im Kanton Graubünden entwickeln sich finanzstarke Marketingorganisationen wie z.B. St.

### Mitglieder Vorstand



Walter Egger  
Präsident



Markus Kappeler  
Vizepräsident



Eric Oehrli  
Mitglied



Andrea Scherz  
Mitglied

### 3.

#### TÄTIGKEITSBERICHT

Moritz Engadin und Davos-Klosters. Auch im Wallis und der Jungfrauregion kommt Bewegung in bestehende Strukturen. In diesem Umfeld, das sich durch wachsende Marketingkraft ausweist, muss die Destination Gstaad daran arbeiten, nicht plötzlich ins Hintertreffen zu geraten. Im Berichtsjahr erfolgten erste Analysen und ein Workshop zur Abschätzung von Chancen, Gefahren und Ansatzpunkten für das weitere Vorgehen in dieser Angelegenheit, die im Jahr 2008 weiter verdichtet werden sollen.

##### • Sanierung Campingplatz Saanen

Im Berichtsjahr wurde für den sich im Eigentum von GST befindenden Campingplatz Saanen eine umfassende Sanierung eingeleitet. Der erste Sanierungs- und Ausbauschritt umfasste Boden Anpassungen und Terrassierungen. Dadurch konnte einerseits die Sicherheit vor Überschwemmungen (Saane) erhöht werden. Andererseits wurde das Gelände um 19 Standplätze erweitert, was zu zusätzlichen Übernachtungen führen wird. Der Vorstand hat zudem entschieden, in einem zweiten Ausbauschritt im Jahr 2008 den völlig veralteten und sanierungsbedürftigen Sanitär- und Rezeptionstrakt komplett zu erneuern und um zwei Wohnungen zu ergänzen. Zum Erneuerungsplan gehören ebenfalls Abstellplätze für Campervans und eine entsprechende Abwasser- und Toilettenwartungsstation. Durch zusätzliche Plätze und eine steigende Attraktivität der Anlagen wird eine höhere Auslastung angestrebt.

##### • Markenrechtliche Herausforderungen

Gstaad Saanenland Tourismus ist seit einigen Jahren Eigentümerin der Marke Gstaad. Eingetragen in internationalen Registern sind diverse Bildmarken sowie die Wortmarke Gstaad. Die Anstrengungen, die Marke Gstaad einem verlässlichen Schutz vor Missbrauch zu unterstellen, scheinen sich inzwischen auszuzahlen. So hatte der Vorstand im Berichtsjahr von mehreren Fällen Kenntnis erhalten, bei denen rechtliche Verfahren eingeleitet werden mussten, weil die Anwendung der Marke gegen die Interessen der Destination Gstaad verstieß. Es ist davon auszugehen, dass der anhaltende wirtschaftliche Erfolg von Gstaad eine Zunahme von Missbräuchen nach sich ziehen wird.



Andrea Sprenger  
Mitglied



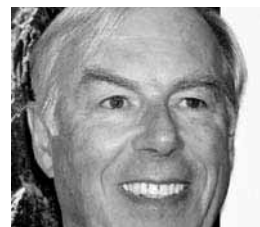
Gabi Thoenen  
Mitglied



Michael Kneubühler  
Mitglied



Emanuel Raaflaub  
Mitglied



Christoph Ringier  
Mitglied



### 3.3. Geschäftsleitung

#### Aufgaben

Die aus dem Direktor und den Bereichsleitern bestehende Geschäftsleitung ist das operative Führungsgremium von GST. Sie arbeitet und entscheidet im Rahmen von Leitlinien, Jahres-Zielsetzungen und Budgets.

#### Herausgegriffen

- **Management Review nach zertifiziertem ISO-Prozess**

Im Berichtsjahr fand die Management-Jahresplanung zum dritten Mal nach dem zertifizierten Planungsprozess gemäss ISO 9001:2000 statt. Dieser dient dazu, die vorgesehenen Massnahmen auf effektive Herausforderungen auszurichten und Nachhaltigkeit zu erreichen. In die Zielsetzungs- und Massnahmenplanung fliessen ein: die ausgewerteten Ergebnisse aller Gästebeschwerden und der positiven Rückmeldungen im Vorjahr, der Vergleich von etwa 100 Kennzahlen der verschiedenen Tätigkeitsbereiche, die Ziel-Erreichungskontrolle des Vorjahres und die Leitlinien des Vorstandes. Diese Planungsmethode wurde in den vergangenen drei Jahren kontinuierlich präziser und führte zu einer messbaren Verbesserung der Ergebnisse in den verschiedenen Tätigkeitsbereichen.

- **Umsetzung Tourismusbüro Schönried**

Kurz nach Ende des Geschäftsjahres konnte im Bahnhofsgebäude von Schönried in Kooperation mit der Montreux Oberland Bernois (MOB) ein neues, attraktives Tourismusbüro eingeweiht werden. Es ersetzt das bisherige, in langjähriger Schaltergemeinschaft mit der Berner Kantonalbank betriebene Büro. Von der neuen Gästeanlaufstelle erwarten die beiden Partner Gstaad Saanenland Tourismus und MOB mehr Kundennutzen, zum Beispiel durch längere Öffnungszeiten, und die Kombination von Dienstleistungen zwischen den Partnern. GST betreibt vier seiner sechs Tourismusbüros mit Partnern.

- **Ausbau Destinations-PR**

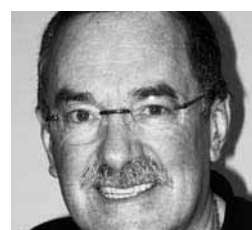
Das Geschäftsjahr 2006/07 brachte Gstaad erneut viel Publizität. Sie wurzelt in der allgemein ständig wachsenden Anziehungskraft von Gstaad, aber auch in Sonderereignissen wie der Beach Volleyball Weltmeisterschaft, dem Zuzug von Rockstar Johnny Hallyday oder dem Megathema Klimaerwärmung. Längst nicht alles, was die Medien verbreiteten, ist aus Sicht des Destinationsmarketings wirklich erwünscht. Eine besondere Herausforderung bildete die mediale Eigendynamik, die sich nach dem Zuzug von Johnny Hallyday entwickelte (Steuerstreit Schweiz – Frankreich, «Millionen-Chalets» etc.). Wie sich herausstellte, hat die Destination mit ihren davon betroffenen Leistungsträgern und «Mitspielern» hier noch ein deutliches Verbesserungspotenzial. Dabei muss auch GST eine intensivere Rolle wahrnehmen, indem die bisherige touristische Medien- und Öffentlichkeitsarbeit in Richtung einer ganzheitlichen Destinations-PR entwickelt wird. Ein erster Schritt erfolgte mit der Einstellung von Frau Kerstin Sonnekalb als vollamtliche PR-Leiterin. Sie verfügt über einen breiten Erfahrungsschatz in Journalismus, Redaktion und PR.

#### Mitglieder Geschäftsleitung

(Stand 31.10.07)



Roger Seifritz  
Direktor



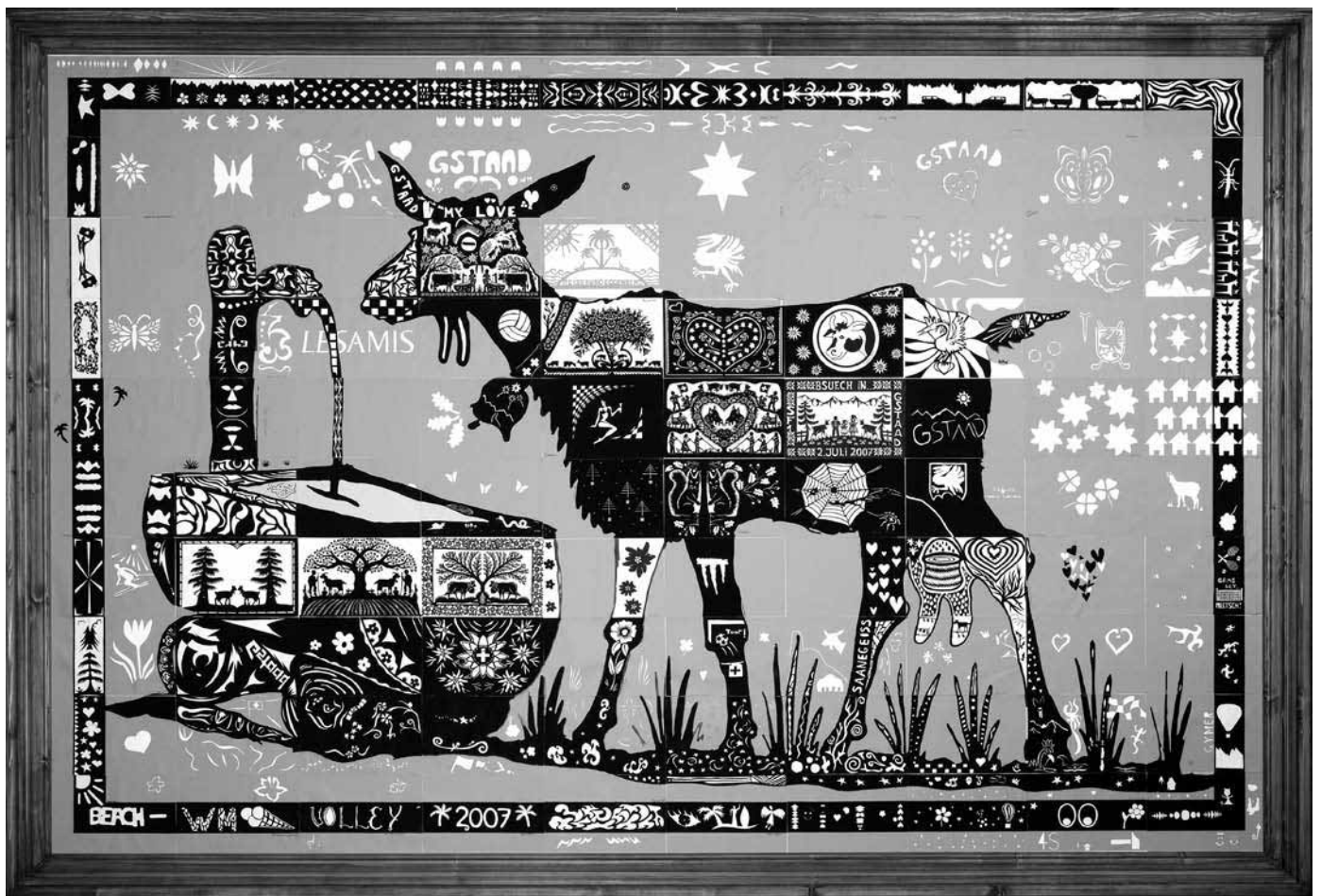
Michel Matti  
Vizedirektor



Simone Tüscher  
Leiterin Gästeberatung &  
Tourismusbüro



Eduardo Zwysig  
Leiter Marketing & PR



### 3.4. Marketing & PR

#### Aufgaben und Aktivitäten

Der Funktionsbereich Marketing betreute inklusive des Marketing-Mandates der Vereinigung der Bergbahnen von Gstaad und Umgebung (VBG) ein Sachmittel-Budget von über zwei Millionen Franken. Das Tätigkeitsfeld des Bereiches umfasste im Berichtsjahr:

- **Markenschutz**

Überwachung des reglementkonformen Gebrauches der durch GST international eingetragenen Marken Gstaad (Wortmarke), «Gstaad, come up – slow down» (Bildmarke) und des Claims «come up slow down». Zu den Aufgaben zählt auch die Abwehr von Missbrauch und die Lizenzierung des Gebrauchs.

- **Marktforschung und -beobachtung**

Der Beobachtung der Entwicklung von Zielmärkten und Markt-Trends kommt eine entscheidende Rolle zu. Gästeerwartungen werden im Rahmen repräsentativer Untersuchungen ermittelt.

- **Produktion und Distribution von Werbemitteln**

GST produziert und vertreibt eine breite Palette von Werbemitteln wie Image-Broschüren, Prospekte zum Angebot von Hotels, Appartements und Ferienunterkünften, die saisonale Kundenzeitschrift READ ME, diverse Angebots-Flyer, Informationskarten zu den Bergbahnen und zur allgemeinen Infrastruktur (Winter & Sommer), eine Info-DVD und Plakate. Die Distribution läuft über eigene Verkaufsförderungskanäle an nationale und internationale Stellen (z.B. Tourismusbüros, Bahnhöfe, Autobahnraststätten etc.) und via Mailinghouse von Schweiz Tourismus.

- **Optimierung und Betrieb Internet**

Die Inhaltsbereiche und Funktionalitäten der beiden Internet-Plattformen www.gstaad.ch und www.gstaad-mountainrides.ch wurden kontinuierlich optimiert. Dazu gehören auch eine wöchentliche Redaktion in drei Sprachen, der monatliche Versand von Newsletters sowie das Suchmaschinen-Marketing

- **Medien- und Öffentlichkeitsarbeit**

GST hat im Berichtszeitraum 76 Medienberichte in Magazinen und Zeitungen sowie Promotionen initiiert. 50 waren es im Vorjahr. Trotz Loslösung von der bisherigen PR-Agentur zeigten die Medien ein hohes Interesse an den Themen der Region. Insgesamt bot GST 15 Pressereisen an, organisierte ein touristisches Spezialprogramm für Journalisten während der Beach Volleyball Weltmeisterschaft, die ebenfalls zu einer Steigerung der Medienpräsenz führte. Zu den herausragenden Medienauftritten zählen unter anderem «zbsuech» vom 2. Juli in SF1 oder die Präsentation anlässlich des Mediendiners in München im November 2007.

- **Produkte-Bündelung**

Die Produkte-Bündelung erfolgt über die Gstaad easyaccess card. GST betreut dabei das Marketing und die Administration.

- **Werbung international**

GST beteiligte sich an den Programmen von Schweiz Tourismus «Winter», «Berge» (Sommerkampagne) und «Kulinarische Reisen».

#### Mitarbeiter

(Stand 31.10.07)



Eduardo Zwysig  
Bereichsleiter



Daniela Bühler  
Projekte Marketing



Denise Gysi  
Marketing Bergbahnen



Michael Trachsel,  
Web-Publisher

### 3. TÄTIGKEITSBERICHT

#### • **Werbung Schweiz**

Zu den zentralen Aktivitäten in diesem Sektor gehören eine Inseratekampagne im September und Oktober in Schweizer Mittellandzeitungen, eine Werbekampagne der Bergbahnen in den Lokalradios von Basel bis Genf (zusammen mit Alpes Vaudoises) sowie das Sponsoring von Sendegefässen in diversen Lokalradios (z.B. Wetterbericht Radio 32 Solothurn).

#### • **Verkaufsförderung international**

GST nutzte als Plattform die beiden Kampagnen «Winter» und «Berge» der nationalen Tourismusmarketingorganisation Schweiz Tourismus. Für den gemäss Marketingkonzept beschlossenen verstärkten Einstieg in Frankreich erfolgte eine Beteiligung am Frankreich-Package von Schweiz Tourismus. In diesem Rahmen präsentierte sich Gstaad unter anderem gemeinsam mit den Alpes Vaudoises in Paris.

#### • **Verkaufsförderung national**

Die nationale Verkaufsförderung war geprägt durch aktives Internet-Marketing, Präsenz an diversen Messen, 26 «Guerrilla»-Marketing-Einsätze in Bern, Thun, Biel, Solothurn und Fribourg, diverse Aktionen auf der Achse Basel - Genf mit Lokalradios (z.B. Fussball-Natibus-Spiel Radio 32, Wettbewerbe Radio BeO) sowie Spezialaktionen mit Wirtschaftspartnern (Peugeot, Hauerter) und der Zeitschrift Schweizer Familie. Zudem unterstützte das Marketingteam die Einführung der Flyer-Bikes in der Destination Gstaad, überarbeitete die Mountainbike-Karte, das Nordic-Walking-Angebot und lancierte Hotelangebote in verschiedenen Magazinen. Partner für eine Weihnachtspromotion war Lindt & Sprüngli. Im September und Oktober fand eine Inseratekampagne «Gstaad Special» für das Übernachtungsangebot «zwei Nächte mit Frühstück & Gstaad easyaccess card» statt. Zudem wurde das Layout von Gstaad TV überarbeitet.

#### • **Zustandsbericht Anlagen / Wintersportbericht**

Der Information über Betriebszustände von Bergbahnen, Loipen und Winterwanderwegen diente das Bergbahninformationssystem Infobase for Mountains, das durch eine Telefon-Infoline 033 748 82 82 ergänzt ist.

### Herausgegriffen

#### • **Bedeutung des Internets steigt weiter**

Auf wachsendes Interesse stiess das Internetangebot. Von 3.9 auf 4.5 Millionen stieg die Zahl der Besucher im Berichtszeitraum. Täglich griffen auf [www.gstaad.ch](http://www.gstaad.ch) zwischen 1'505 und 12'439 Besucher zu.

52.4 % der Besucher nutzen das Internetangebot erstmals. Dies demonstriert die Bedeutung der Webseite als erstem Kontakt zu Gstaad. 66.4 % der Besucher kommen über Suchmaschinen oder Verlinkungen auf [www.gstaad.ch](http://www.gstaad.ch). Dies unterstreicht die Bedeutung des Suchmaschinenmarketings. Als beliebteste Rubriken auf [www.gstaad.ch](http://www.gstaad.ch) erweisen sich in dieser Reihenfolge: die Einstiegsseite, die Unterkunftsseiten, die Wetterinfos und die Webcams. Fakt ist, dass Web-Marketing neben dem «Mund zu Mund»-Marketing unserer Gäste und der Medienarbeit heute das mit Abstand wichtigste Marketinginstrument geworden ist. GST wird hier deshalb auch weiterhin investieren. Eine Neuauflage [www.gstaad.ch](http://www.gstaad.ch) ist für Sommer 2008 geplant.

### Mitarbeiter

(Stand 31.10.07)



Marlène Müller  
PR-Assistentin



Sarah Sigrist  
Marketingassistentin



- **Ungebrochene Medienpräsenz**

GST erzielte erneut eine hohe Medienpräsenz. Im Bereich der touristischen Angebots-PR entstanden in den Märkten CH, D, GB und F durch GST-PR-Massnahmen 76 grössere Medienbeiträge. Damit konnte das Vorjahresergebnis trotz Umstrukturierung des Tätigkeitsbereiches weg von PR-Agentur hin zur Abwicklung im eigenen Haus sogar leicht überschritten werden.

Darüber hinaus rollte eine Medienwalze über Gstaad hinweg, die drei wesentliche Themen beinhaltete: die Beach Volleyball WM, die Klimaerwärmung und der Zuzug von Rockstar Johnny Hallyday. Diese Themen haben die verfügbaren Ressourcen von GST stark belastet. Sie brachten Gstaad zwar Publizität, diese war jedoch nicht immer im Sinne der Produkt-PR und hat GST damit von Kernaufgaben abgelenkt. Medienthemen dieser Art sind für Gstaad nicht einfach zu bewältigen und oft zweischneidig.



### 3. TÄTIGKEITSBERICHT

#### 3.5. Call Center & Reservation

##### Aufgaben und Aktivitäten

Die Abteilung Call Center & Reservation hat für die Region eine Schlüssel-funktion. Sie ist erste telefonische Anlaufstelle für Gäste und potenzielle Kunden und behandelt eine weiterhin zunehmende Anzahl von Anfragen per E-Mail und Post. Das Tätigkeitsfeld im Überblick

##### • Kundenberatung

Die Abteilung Call Center & Reservation ist das «Tor zu Gstaad» und beantwortet je nach Saisonzeit täglich bis zu mehrere hundert Telefonanrufe, E-Mails, Faxe und Briefe. Neben seiner Informations- und Beratungstätigkeit erarbeitete das Team im Berichtsjahr 4'563 Kundenofferten.

##### • Vermietung Ferienwohnungen

GST vermietet 225 Ferienwohnungen mit total über 1'031 Betten. Damit bewirtschaftet GST etwa 70 % der mietbaren Ferienwohnungen der Region. Im Berichtsjahr erfolgten 1'234 Appartement-Buchungen. Diese brachten den Ferienwohnungsvermietern, die dem System angeschlossen sind, zusätzlich zur Eigenbelegung eine durchschnittliche Belegung in Höhe von 25 % im Verhältnis zu den verfügbaren Betten.

##### • Hotel-Reservation

Über die zentrale Hotelreservation erfolgen hauptsächlich (Erst-)Buchungen, bei denen der Kunde nicht selbst recherchieren möchte. Zusätzlich spielt sie bei Kurzfristbuchungen eine wesentliche Rolle. Die zentrale Hotelreservation ist damit ein Convenience-Instrument, das den Kunden rasch zum Ziel bringt. Im Berichtsjahr erfolgten 1'191 Buchungen.

##### • Gruppen- und Firmenanfragen

Im Berichtsjahr bearbeitete der Bereich 246 (Vorjahr 202) Anfragen von Gruppen und Unternehmen. Diese führten zu 56 Buchungen in der Region. Die Erfolgsquote nahm trotz bereits hoher Auslastung in den für Unternehmen attraktiven Zeiträumen um 24.4 % zu.

#### Mitarbeiter (Stand 31.10.07)



Roger Seifritz  
Bereichsleiter a. i.



Nicolina Wiedemeier  
Stv. Bereichsleiterin



Susanne Grunder  
Fachleiterin Reservation



Tanja Schallenberg  
Fachleiterin Gruppen



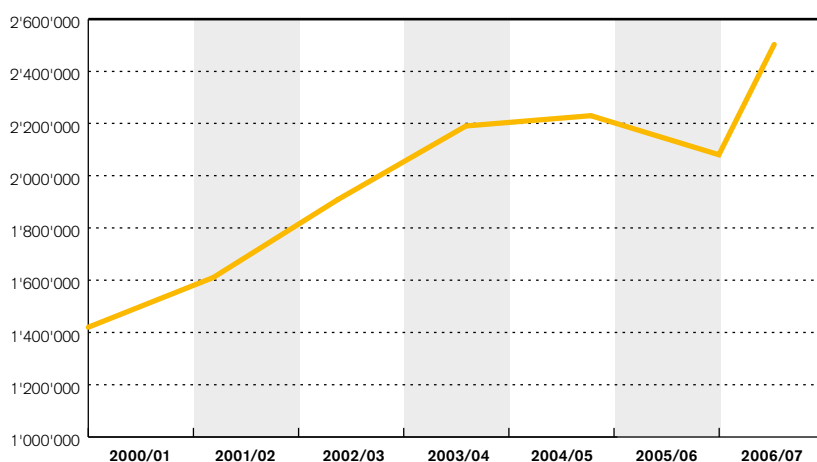
Eliane Bachmann  
Call Center / Reservation

## Herausgegriffen

### • Entwicklung Direktreservation

Im Berichtsjahr ist der Direktreservationsumsatz gegenüber dem Vorjahr mit einem Plus von 20,5 % deutlich gestiegen. Je etwa die Hälfte der Zunahme ist auf das Beherbergungsmanagement für die Beach Volleyball Weltmeisterschaft sowie eine verbesserte Kontingentbewirtschaftung der Hotelbetriebe zurückzuführen. Damit konnten Kundenanfragen besser befriedigt werden.

### Umsatz Direktreservation 2001 bis 2007



### • Beherbergungsmanagement Beach Volleyball WM 2007

Um die spezielle Herausforderung der WM erfüllen zu können, vereinbarten Hotelierverein, Sport Events Gstaad GmbH und GST ein zentrales Beherbergungsmanagement, das unter dem Dach von GST abgewickelt wurde. Die Bearbeitung von Kunden- und Sponsorenanfragen erfolgte nach identischen Regeln. Eine Quersubvention von Betrieben, die Spieler und Funktionäre beherbergten, erfolgte über Buchungskommissionen. GST hat im Reservationsbereich Beach Volleyball WM 942 Arbeitsstunden geleistet – was der Arbeitszeit eines Mitarbeiters während eines halben Jahres gleichkommt. Die entsprechende Leistung musste mit zusätzlichem Personal erbracht werden.

### • Call Center

Das Call Center gilt als «Tor zur Ferienregion Gstaad». Das Team wickelt täglich bis zu 1'500 Telefonanrufe ab – Tendenz steigend. Das Problem der Erreichbarkeit konnte im Berichtsjahr deutlich vermindert werden, was sich anhand sinkender Beschwerdefälle ablesen lässt.

In der Hochsaison können nun 94 % aller Anrufe persönlich entgegengenommen werden. GST ist mit diesem verbesserten Wert jedoch noch nicht zufrieden: weitere Massnahmen sind einzuleiten.

## Mitarbeiter

(Stand 31.10.07)



Simone Riedmüller  
Gruppen / Call Center



Fabienne Müller  
Call Center / Reservation

### 3. TÄTIGKEITSBERICHT

#### 3.6. Gästeberatung & Tourismusbüros

##### Aufgaben und Aktivitäten

Die Abteilung Gästeberatung und Tourismusbüros ist verantwortlich für die Tourismusbüros in den Dörfern Gstaad, Saanen, Schönried, Saanenmöser, Gsteig und Feutersoey. Die sechs Tourismusbüros betreuten im Berichtsjahr über 80'000 Kunden. Konkrete Zahlen liegen erstmals für das grösste Tourismusbüro in Gstaad vor. 59'312 Gäste nutzten die angebotenen Dienstleistungen.

##### • Beratungs- und Verkaufsleistungen

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

###### Gstaad

In Gstaad erfolgt überwiegend die touristische Information und Beratung, die Reservation von Hotels und Ferienwohnungen, der Abonnement- und Ticketverkauf für die Bergbahnen (VBG) und diverse Veranstaltungen. Das Schalter-Team verkauft unter anderem auch Karten und Boutique-Artikel.

###### Saanen und Schönried

Neben der touristischen Information und Beratung erfolgt hier die Reservation von Hotels und Ferienwohnungen, der Ticketverkauf für diverse Veranstaltungen und der Verkauf von Karten sowie Boutique-Artikeln.

###### Saanenmöser

Die Palette umfasst touristische Information und Beratung, die Hotel- und Ferienwohnungsreservation. Zusätzlich offeriert das GST-Büro Dienstleistungen als offizielle Agentur der schweizerischen Post und Bahnhofs-Dienstleistungen im Auftrag der Montreux Oberland Bahn.

###### Gsteig und Lauenen

Die touristische Anlaufstelle für Gsteig und Lauenen ist in der Filiale der Saanen Bank untergebracht. Verfügbar ist die komplette Palette touristischer Information und Beratung.

##### • Ticketing Gstaad

Das Tourismusbüro Gstaad wickelt im Mandatsverhältnis auch den Ticketverkauf diverser Organisationen ab. So sind im Vorverkauf Saisonabonnemente, Mehrtages- und Tageskarten der Vereinigung der Bergbahnen von Gstaad und Umgebung (VBG) erhältlich. Ebenso erhalten Kunden Eintrittskarten für die drei Gstaader Grossveranstaltungen Menuhin Festival, Country Night und Sommets Musicaux. Die Kunden erhalten aber auch Tickets für weitere lokale und nationale Veranstaltungen (Ticket Corner Office).

##### Mitarbeiter (Stand 31.10.07)



Simone Tüscher  
Bereichsleiterin



Cornelia Gübeli  
Ticketing



Barbara Rubin  
Ticketing



Lisa Fäh  
Ticketing/Direktionsassistentin



Sandra von Siebenthal  
Schalter



Christine Eymann  
Schalter



## Herausgegriffen

### • Ticketing weiter ausgebaut

Der Ticketverkauf hat sich im Lauf von mehreren Jahren zu einer der zentralen Tätigkeiten an den Schaltern des Tourismusbüros Gstaad entwickelt. Verkauft werden Tickets von Gstaader Top Events, Kleinveranstaltungen, Abonnemente und Tickets der Bergbahnen sowie Eintrittskarten für Veranstaltungen im ganzen Land (Ticket Corner). Im Berichtsjahr haben die neuen Veranstalter der Allianz Suisse Open Gstaad, die Grand Chelem Events S.A., GST neu mit einem Teil des Turnier-Ticketverkaufs beauftragt. Das Auftragsvolumen betreffend Allianz Suisse Open wird 2008 weiter ausgebaut. Total hat GST im Berichtsjahr für 6'520'367 CHF Tickets verkauft.



Marlis von Grünigen  
Schalter



Stephanie Richner  
TB-Leiterin Saanen/Schalter



Andreas von Grünigen  
TB-Leiter Schönried



Ruth von Siebenthal  
TB-Leiterin Saanenmöser



Kathrin Hauswirth  
TB-Leiterin Gsteig



Elisabeth Brand  
TB-Leiterin Launen

### 3. TÄTIGKEITSBERICHT

#### 3.7. Infrastrukturen & Dienstleistungen

##### Aufgaben und Aktivitäten

GST betreibt, unterhält und pflegt mit seiner Werkgruppe und mehreren Subunternehmern diverse touristische Basisinfrastrukturen im Saanenland.

##### • Betrieb von Infrastrukturen

###### Winterwanderwege

Zusammen mit diversen Subunternehmern und in Abstimmung mit privaten Weggenossenschaften wurden im Berichtsjahr 165 Kilometer Winterwanderwege verschiedener Schwierigkeitsgrade unterhalten. Total mussten für die Pflege der Winterwanderwege infolge des schneearmen Winters 1'146 Arbeitsstunden, 47.1 % weniger als im Vorjahr, aufgewendet werden.

###### Langlaufloipen

GST unterhält im Saanenland ein Langlaufloipennetz mit 53 Kilometern klassischer Loipenspuren und 37 Kilometern Skatingloipen. An den fünf Standorten Schönried-Saanenmöser, Gstaad bis Gsteig, Lauenen, Turbach und auf dem Flugplatz Saanen stehen fünf Loipenmaschinen zur Verfügung. Die mageren Schneeverhältnisse forderten auch hier ihren Tribut. Die Anzahl der Loipenbetriebstage sank von 129 im Vorjahr auf 106. Die geleisteten Arbeitsstunden nahmen um 33.2 % auf 1'008 Stunden ab.

###### Sportanlagen

Teilweise mit Partnern als Auftragnehmern betreibt GST die Tennisplätze in Saanen, Schönried und Saanenmöser sowie die beiden Natureisbahnen Schönried und Saanenmöser. Auch hier brach die Zahl der von GST-Werkgruppenmitarbeitern geleisteten Stunden um 68.8 % auf 109 Arbeitsstunden ein, da die Eisbahnen praktisch während des ganzen Winters geschlossen bleiben mussten.

###### Kinderspielplätze

Die Werkgruppe und die Beauftragten betrieben in Saanenmöser, Schönried, Saanen, Gstaad, Gsteig, Turbach und Lauenen insgesamt zehn Kinderspielplätze. Für die Bereitstellung und Wartung der Anlagen, Ordnung und Sauberkeit wurden 1'511 Arbeitsstunden geleistet.

###### Ruhebänke und Feuerstellen

Im Gebiet des Saanenlands betreut die GST-Werkgruppe 14 offizielle Feuerstellen. Sie stellt dort die Versorgung mit Brennholz sicher und sorgt für Ordnung und Sauberkeit. Zusätzlich liegt die Wartung von mehr als 200 Ruhebänken in ihrer Obhut. Dafür haben die Mitarbeiter im Berichtsjahr 1'615 Arbeitsstunden aufgewendet.

##### • Dienstleistungen

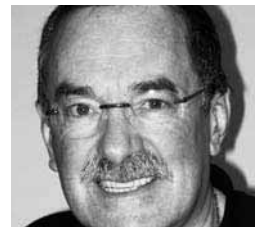
Die Werkgruppe erbringt neben dem Betrieb eigener Infrastrukturen vielfältige weitere Dienstleistungen. Dazu gehört z.B. die Standortlogistik bei diversen Dorfmärkten, bauliche Unterstützungsleistungen für Veranstaltungen aller Art. Dafür fielen im Berichtsjahr 360 Arbeitsstunden an.

##### • Campingplatz Saanen

GST ist Eigentümerin des Campingplatzes in Saanen. Im Herbst 2007 wurden die bereits 2006 eingeleiteten Anpassungsarbeiten abgeschlossen. Dadurch konnten 19 zusätzliche Standplätze für Zelte oder Wohnwagen geschaffen werden. Im nächsten Geschäftsjahr ist ein Neubau anstelle des völlig veralteten Sanitärhauses geplant.

#### Mitarbeiter

(Stand 31.10.07)



Michel Matti  
Bereichsleiter



Tony Ryter  
Chef Werkgruppe



Peter Oehri  
Mitarbeiter Werkgruppe



Christian Sami  
Mitarbeiter Werkgruppe

## Herausgegriffen

### • Schneearmer Winter verändert Unterhaltsarbeiten

Auf den Rekordwinter 2005/06 folgte die Ernüchterung: eine extrem schneearme Wintersaison. Dadurch mussten die Mitarbeiter der Werkgruppe deutlich weniger Arbeitsstunden für Wartung und Unterhalt aufwenden als üblich. Dafür boten sich ihnen andere Herausforderungen – beispielsweise das Aufrechterhalten eines minimalen Loipenangebots. So mussten in Lauenen über 1'000 Kubikmeter Schnee herangekarrt werden, um knapp einen Kilometer Loipeneinstieg daraus zu modellieren.



Markus Schwizgebel  
Mitarbeiter Werkgruppe



Mario Schopfer  
Mitarbeiter Werkgruppe



### 3. TÄTIGKEITSBERICHT

#### 3.8. Finanzen & Administration

##### Aufgaben und Aktivitäten

Der Funktionsbereich Finanzen und Administration nimmt folgende Aufgaben wahr:

- **Rechnungswesen**

Die Abwicklung des GST-Zahlungsverkehrs zählt zu den zentralen Aufgaben. Die Mitarbeiter dieses Bereichs erledigen auch die Abrechnung der Direktreservation, des Event-Ticketings, diverse Teilbuchhaltungen (z.B. Welcome Card-System, Gstaad easyaccess card oder Dorforganisationen). Für GST erledigen sie die Betriebsabrechnung und die Finanzbuchhaltung. Die Kurtaxenverwaltung umfasst das Erfassen der Zahlungspflichtigen, die Veranlagung, Rechnungsstellung sowie das Inkasso. Gleiche Vorgänge werden im Bereich der Tourismusförderungsabgabe bearbeitet.

- **Welcome Card-System**

Die Mitarbeiter dieser Abteilung kümmern sich auch um die Administration des Welcome Card-Systems, sorgen für die Zustellung der jeweiligen Leistungspakete, bearbeiten Kundenkontakte und akquirieren neue Welcome Card-Inhaber.

- **Informationstechnologie**

In den Bereich Administration fällt die Sicherung und Wartung des IT-Systems mit Server-Farm, VoiP-Telefonie, Netzwerk und Anwendungssoftware.

##### Mitarbeiter (Stand 31.10.07)



Michel Matti  
Bereichsleiter



Andrea Riggenbach  
Fachleitung Buchhaltung



Alexandra Gygax  
Kurtaxen



Cornelia Gübeli  
Buchhaltung 40%



Adrian Naegeli  
Verantwortlicher IT

### 3.9. Lehrlings-Ausbildung

GST bildet fünf bis sechs kaufmännische Lehrlinge aus. Jeder durchläuft während seiner dreijährigen Ausbildungszeit alle Geschäftsbereiche und erwirbt sich damit ein solides Wissen für den weiteren Berufsweg. Durch die intensive Lehrzeit mit unzähligen anspruchsvollen Kundenkontakten in mehreren Sprachen sind GST-Lehrlinge gern gesehene Arbeitskräfte. Im Berichtsjahr schlossen die beiden Auszubildenden Anja Ciarulli (Gstaad) und Jasmin Thoenen (Gstaad) ihre Berufslehre erfolgreich ab.

#### Herausgegriffen

Der Einstieg in die Berufslehre bei GST ist sowohl für die Auszubildenden als auch die unterstützenden Mitarbeiter herausfordernd. Da der Start in die Berufslehre Anfang August mitten in die Sommer-Hochsaison fällt, gibt es keine Schonfrist. Vom ersten Tag an müssen GST-Lehrlinge an der Front eingesetzt werden. Sie können infolge des hohen zu bewältigenden Volumens dabei nur beschränkt auf Unterstützung zählen. Doch nur im Wasser lernt man schwimmen....



#### Mitarbeiter

(Stand 31.10.07)



Tanja Romang Praktikantin



Carmen Hauswirth 3. Lehrjahr



Sarah Moser 3. Lehrjahr



Michel Oehri 2. Lehrjahr



Alexandra Trachsel 2. Lehrjahr



Michel Hediger 1. Lehrjahr

### 3. TÄTIGKEITSBERICHT

#### 3.10. Dorfgenerationen

##### Aufgaben und Aktivitäten

GST verfügt in jedem Dorf des Tätigkeitsgebietes über Dorfgenerationen. Gemäss dem statutarischen Auftrag sind diese zuständig für den Ortsschmuck im öffentlichen Raum, die Stammgästepflege und lokale Veranstaltungen. Darüber hinaus haben sie ein waches Auge auf die lokale touristische Infrastruktur. Über Details berichten die Dorf-Geschäftsberichte. Die Schwerpunkte der einzelnen Dorfgenerationen im Überblick:

##### • Gstaad

Aufgrund der im Berichtsjahr besonders hohen Dichte an publikumswirksamen Veranstaltungen konzentrierte sich die Gstaader Dorfgeneration auf deren Unterstützung. Höhepunkte bildeten dabei die Beach Volleyball WM mit etwa 100'000 Besuchern und die Live-Fernsehsendung «zbsuech» im Schweizer Fernsehen SF1. Zusätzlich bot die Dorfgeneration am Nationalfeiertag den traditionellen «Chüjer-Zmorge» und am Abend des 1. August erstmals eine gemeinsame Veranstaltung mit Gstaader Hotels an. Im Jahresverlauf erfolgten die üblichen Tätigkeiten in den Bereichen Gästeehrung und Ortsschmuck.

##### • Saanen

Die Dorfgeneration Saanen setzte ihre Schwerpunkte traditionsgemäss auf kulturelle Veranstaltungen sowie Massnahmen, die zur weiteren Dorf-Verschönerung beitragen. So veranstaltete der Dorfvorstand zum zweiten Mal mit Erfolg einen Blumenschmuck-Wettbewerb. Mit der Konzertreihe «Saaner Proms» im Sommer und den Altjahrskonzerten setzte die Kulturkommission die musikalischen Schwerpunkte im malerischen Saanendorf. Die inzwischen gut etablierten «Saaner Abesitze» vermochten mit interessanten Themen wie «Riisläufer u Söldner us em Saaneland» ihre an historischer Volkskultur interessierten Zuhörer zu fesseln. Mit weiteren Aktivitäten wie den traditionellen Märkten, dem Nationalfeiertagsfest und dem Sommerfest gelang dem Saaner Dorfvorstand wiederum ein kulturell reichhaltiges Jahresprogramm.

##### • Schönried

Die Dorfgeneration Schönried sorgte in Kooperation mit der Werkgruppe erneut für eine beleuchtete Langlaufloipe in Schönried. Infolge Schneemangels konnte diese allerdings nur kurz betrieben werden. Auch der geplante Schneemann-Wettbewerb hatte unter der Schneesituation zu leiden. Ganz im Trend der Temperaturen und als Gegenpol zu den Beach Volleyball Weltmeisterschaften im Sommer wurde ein Snow Volleyball Feld beim Schönrieder Skischulgelände angeboten. Gut besucht war erneut der traditionelle Nationalfeiertag. Neuland betrat der Dorfvorstand mit der erstmals in Zusammenarbeit mit Saanenmöser organisierten «Gnusswanderig».

##### • Saanenmöser

Die Dorfgeneration startete ins neue Jahr mit dem traditionellen Silvesterfeuerwerk. Im Februar veranstaltete sie ihre zweite «Nice Ice Party», die mangels Eisbahn allerdings ins Kinderkigelände verlegt werden musste. Der Nationalfeiertag war mit Angeboten wie Gästeapéro, Marktständen, Ponyreiten und Musik sowie dem beliebten «Spatz» aus der antiken Goulaschanone erneut ein Erfolg. Die zusammen mit der Dorfgeneration Schönried veranstaltete «Gnusswanderig» stiess mit 70 Gästen auf eine grosse Resonanz. Die Teilnehmer wurden



entlang der Strecke an verschiedenen Stationen mit kulinarischen Genüssen verwöhnt. Auch für den Ortsschmuck im Dorf wurde wiederum gesorgt.

- **Gsteig-Feutersoey**

Die Dorforganisation Gsteig sorgte mit ihren Helfern für ein an Veranstaltungen reiches Dorfleben. Zur Begegnung mit dem Samichlaus im Dezember fiel passenderweise der erste Schnee. Es folgten der Weihnachtsmarkt und das Adventskonzert, bei denen der Schnee ebenfalls zur schönen Stimmung beitrug. Die anschliessenden traditionellen Wintersportanlässe mussten mit Ausnahme des Feutersoeyer Langlaufs dann leider infolge Schneemangels abgesagt werden. Als «Fasnachts-Metropole» des Saanenlands stellten die Gsteiger erneut ihre Ideen und Fantasie unter Beweis. Konzerte wie «So tönt's in Gsteig», ein Alphornkonzert mit Akteuren aus verschiedenen Ländern Europas und sogar aus den USA, Alpkäsereibesichtigungen, 1. August-Brunch, Dorfmärkte und mehr sorgten für einen vielfältigen Veranstaltungskalender, der Gäste und Einheimische zusammenbrachte.

- **Lauenen**

Die Dorforganisation von Lauenen sorgte für ihre traditionellen Dorfanlässe, darunter die wohl urchigste Bundesfeierveranstaltung der Region. Aus Schneemangel verzichtet werden musste auf den beliebten Lauener Skilanglauf. Daneben leistete die Dorforganisation einen bedeutenden Beitrag zur Lösung des Parkplatzproblems an sonnigen Wintertagen im Bereich von Skilift, Langlaufloipe und Winterwanderwegen beim Hotel Alpenland, aber auch zu anderen Vorhaben, die zur Erhaltung des Charakters von Lauenen beitragen (Lauenensee, Dorfbeleuchtung).

- **Turbach**

Die Dorforganisation des kleinen Dorfes Turbach erzielte mit einem Diavortrag zweier Weltreisender ein grosses Zuschauer-Interesse. Die einfache Bundesfeier in der wohl urchigsten Beiz des Saanenlands, der Wintermatte, fand ebenfalls ihre Fans. Mit Flair und Wissen erstellte der Dorfvorstand einen Prospekt des Turbachtals. Er war bereits nach kurzer Zeit vergriffen. Realisiert werden konnte nach einiger Vorbereitung und Verhandlungen der Winterwanderweg Köhli-Oberbort.

- **Abländschen**

Die Dorforganisation des auf der anderen Seite des Winterbergpasses liegenden Dorfes Abländschen setzte seine Kräfte für eine Verbesserung der Attraktivität von Wanderwegen und Schneeschuhtouren ein. So fanden Begehungen einer Wanderwegverbindung nach Jaun statt, und zwei Schneeschuhtouren auf die Alpen «unterer Rudersberg» und «oberer Rudersberg» wurden eingerichtet. Ein Fotowettbewerb über Abländschen läuft noch bis Ende Juli 2008.



# 4. JAHRESRECHNUNG 2006/07



## 4.1. Bilanz Geschäftsjahr 2006/07

	Bilanz 31.10.06	%	Bilanz 31.10.07	%
<b>AKTIVEN</b>	<b>6'586'467</b>	<b>100%</b>	<b>6'177'807</b>	<b>100%</b>
<b>UMLAUFVERMÖGEN</b>	<b>1'196'362</b>	<b>18.2%</b>	<b>974'702</b>	<b>15.8%</b>
Flüssige Mittel	89'833	1.4%	72'208	1.2%
Forderungen	888'311	13.5%	746'772	12.1%
Warenvorräte	118'734	1.8%	106'997	1.7%
Aktive Rechnungsabgrenzung	99'484	1.5%	48'725	0.8%
<b>ANLAGEVERMÖGEN</b>	<b>5'390'105</b>	<b>81.8%</b>	<b>5'203'105</b>	<b>84.2%</b>
Finanzanlagen	20'100	0.3%	20'100	0.3%
Mobile Sachanlagen	91'000	1.4%	56'000	0.9%
Fahrzeuge	69'000	1.0%	37'000	0.6%
Immobilien Haus des Gastes	4'080'000	61.9%	4'000'000	64.7%
Übrige Immobilien	1'130'005	17.2%	1'090'005	17.6%
<b>PASSIVEN</b>	<b>6'586'467</b>	<b>100%</b>	<b>6'177'807</b>	<b>100%</b>
<b>KURZFRISTIGES FREMDKAPITAL</b>	<b>1'883'491</b>	<b>28.6%</b>	<b>2'066'315</b>	<b>33.4%</b>
Kreditoren	1'257'584	19.1%	1'431'666	23.2%
Passive Rechnungsabgrenzung	625'907	9.5%	634'649	10.3%
<b>LANGFRISTIGES FREMDKAPITAL</b>	<b>3'928'505</b>	<b>59.6%</b>	<b>3'203'450</b>	<b>51.9%</b>
Darlehen öffentliche Hand	575'000	8.7 %	560'000	9.1%
Hypotheken / Bankkredite	3'289'055	49.9%	2'567'000	41.6%
Rückstellungen langfristig	64'450	1.0%	76'450	1.2%
<b>EIGENKAPITAL</b>	<b>774'471</b>	<b>11.8%</b>	<b>908'042</b>	<b>14.7%</b>
Vereinsvermögen	615'120	9.3%	648'287	10.5%
Kontokorrent Dorfgenerationen	126'184	1.9%	152'625	2.5%
<b>UNTERNEHMENSGEWINN</b>	<b>33'167</b>	<b>0.5%</b>	<b>107'130</b>	<b>1.7%</b>



4.

## JAHRESRECHNUNG 2006/07

## 4.2. Erfolgsrechnung 2006/07

Erfolgsrechnung in CHF 01.11.2006 bis 31.10.2007	Rechnung 2004/05	Rechnung 2005/06	Rechnung 2006/07
<b>BETRIEBSERTRAG</b>	<b>10'030'850</b>	<b>10'343'494</b>	<b>11'056'038</b>
Ticket- und Warenverkauf	1'825'817	1'876'832	1'958'029
Kurtaxen netto	2'044'878	2'395'913	2'475'982
Marketingleistungen	163'510	182'858	157'348
Gemeinden & Kanton Bern	985'000	1'046'736	1'135'332
Tourismusförderungsabgabe	1'056'113	1'115'310	1'144'869
Direktreservation	2'442'233	2'063'014	2'505'793
Übrige Dienstleistungen	310'577	325'928	335'435
Liegenschaften	235'886	331'958	342'930
Welcome- & easyaccess cards	742'723	779'677	801'978
Dorfgenerationen	224'113	225'268	198'342
<b>SACHAUFWAND BETRIEB</b>	<b>6'617'254</b>	<b>6'512'406</b>	<b>6'936'240</b>
Ticket- und Warenaufwand	1'708'182	1'724'650	1'834'347
Gäste Information und Animation	147'774	142'961	174'947
Touristische Infrastrukturen	330'261	336'826	287'092
Marketing und Projekte	1'204'066	1'399'322	1'330'768
Direktreservation	2'260'135	1'903'702	2'308'767
Welcome- & easyaccess cards	742'723	779'677	801'978
Dorfgenerationen	224'113	225'268	198'341
<b>BRUTTOERGNIS 1</b>	<b>3'413'596</b>	<b>3'831'088</b>	<b>4'119'798</b>
<b>MITARBEITERAUFWAND</b>	<b>2'232'707</b>	<b>2'400'298</b>	<b>2'614'643</b>
<b>BRUTTOERGNIS 2</b>	<b>1'180'889</b>	<b>1'430'790</b>	<b>1'505'155</b>
<b>SONSTIGER BETRIEBSAUFWAND</b>	<b>799'135</b>	<b>989'725</b>	<b>984'591</b>
Raum-, IT- & Administrativaufwand	701'672	812'599	821'554
Liegenschaftsaufwand	97'463	177'126	163'037
<b>BETRIEBSERGEBNIS EBITDA</b>	<b>381'754</b>	<b>441'065</b>	<b>520'564</b>
Finanz-, Zins- & Leasingaufwand	105'262	114'144	105'950
Abschreibungen	212'828	286'782	297'750
Neutraler Erfolg	14'567	6'972	9'734
<b>UNTERNEHMENSGEWINN</b>	<b>49'097</b>	<b>33'167</b>	<b>107'130</b>
<b>CASH FLOW</b>	<b>261'925</b>	<b>319'949</b>	<b>404'880</b>

4.

JAHRESRECHNUNG 2006/07

**4.3. Detail öffentlich rechtliche Erträge**

	Rechnung 2004/05	Rechnung 2005/06	Rechnung 2006/07
<b>KURTAXEN NETTO</b>	<b>2'044'878</b>	<b>2'395'913</b>	<b>2'475'983</b>
<b>ERTRAG KURTAXEN BRUTTO</b>	<b>2'147'122</b>	<b>2'515'689</b>	<b>2'599'782</b>
Ertrag Kurtaxen HOTEL	876'309	1'055'915	1'103'034
Ertrag Kurtaxen Chalet / Fewo	296'993	167'589	130'377
Ertrag Kurtaxen Gruppen / Camping	124'128	124'274	119'047
Ertrag Kurtaxen Angehörigenpauschalen	849'692	1'167'911	1'247'324
<b>./. ANTEIL KURTAXEN EASYACCESS</b>	<b>-102'244</b>	<b>-119'776</b>	<b>-123'799</b>
<b>GEMEINDEN &amp; KANTON BERN</b>	<b>985'000</b>	<b>1'046'736</b>	<b>1'135'332</b>
Gemeindebeitrag Saanen	750'000	750'000	750'000
Gemeindebeitrag Lauenen	30'000	40'000	40'000
Gemeindebeitrag Gsteig	20'000	20'000	30'000
Gemeindebeitrag Zweisimmen	60'000	60'000	60'000
Kanton Bern Beherbergungsabgabe	125'000	176'736	255'332
<b>TOURISMUSFÖRDERUNGSABGABE</b>	<b>1'056'113</b>	<b>1'115'310</b>	<b>1'144'869</b>
Auswärtige Geschäftsbeiträge	23'738	25'226	20'665
TFA Saanen / Lauenen / Gsteig	725'375	783'083	817'204
TFA Hotelierverein	240'000	240'000	240'000
TFA Zweisimmen	67'000	67'000	67'000

#### 4.4. Abschreibungstabelle

	Bilanzwert per 1.11.2006	Zuwachs 06/07	Wert per 31.10.2007	Abschreibungen per 31.10.07	in %	Bilanzwert 31.10.2007
<b>ANLAGEVERMÖGEN</b>	<b>5'390'105</b>	<b>110'750</b>	<b>5'500'855</b>	<b>297'750</b>	<b>5.4%</b>	<b>5'203'105</b>
<b>WERTSCHRIFTEN</b>	<b>20'100</b>	-	<b>20'100</b>	-	<b>0.0%</b>	<b>20'100</b>
<b>MOBILE Sachanlagen</b>	<b>91'000</b>	<b>30'345</b>	<b>121'345</b>	<b>65'345</b>	<b>53.9%</b>	<b>56'000</b>
Mobiliar / Schaukasten	30'000	1'090	31'090	11'090	35.7%	20'000
EDV Anlagen	30'000	29'255	59'255	29'255	49.4%	30'000
Telefonzentrale	20'000	-	20'000	20'000	100.0%	-
Büromaschinen	500	-	500	-	0.0%	500
Maschinen	1'500	-	1'500	500	33.3%	1'000
Werkzeug	2'000	-	2'000	1'000	50.0%	1'000
Mobilien Whg S'möser	7'000	-	7'000	3'500	50.0%	3'500
<b>FAHRZEUGE</b>	<b>69'000</b>	-	<b>69'000</b>	<b>32'000</b>	<b>46.4%</b>	<b>37'000</b>
Fahrzeuge	14'000	-	14'000	7'000	50.0%	7'000
Werkfahrzeug	55'000	-	55'000	25'000	45.5%	30'000
<b>IMMOBILIEN SACHANLAGEN</b>	<b>5'210'005</b>	<b>80'405</b>	<b>5'290'410</b>	<b>200'405</b>	<b>3.8%</b>	<b>5'090'005</b>
Immobil. Haus des Gastes	5'530'000	2'558	5'532'558	82'558	2.0%	5'450'000
Immobilien Beitrag öff. Hand	-1'450'000	-	-1'450'000	-	-	-1'450'000
Lagerraum Rotli Gstaad	250'000	-	250'000	-	-	250'000
Sportanlagen Gstaad/Saanen	90'000	-	90'000	20'000	22.2%	70'000
Campingplatz Saanen	140'000	76'918	216'918	76'918	35.5%	140'000
Tennisplatz Saanen	5	-	5	-	-	5
Garagenplatz Schönried	30'000	-	30'000	-	-	30'000
Tennisplatz Schönried	40'000	-	40'000	-	-	40'000
Stwe Chalet Birke Saanenmöser	580'000	929	580'929	20'929	3.6%	560'000
			<b>Total Abschreibungen</b>	<b>297'750</b>	<b>5.4%</b>	

4.


## JAHRESRECHNUNG 2006/07

**4.5. Kostenstellenrechnung GJ 2006/07** (Kurtaxen-/Tourismusförderung-/Gemeindebeitragsrechnung)

	Total	Gästeberatung Ticketverkauf	Infrastrukturen Events (inkl. Beiträge)	Call Center, Reservation
<b>BETRIEBSERTRÄGE NETTO</b>				
Nettoergebnis Warenverkauf	39'979	39'979	-	-
Dienstleistungserträge	537'498	136'500	83'704	-
Kommissionsertrag Direktreservation	197'026	-	-	197'026
Umteilung Gemeink. Erträge	-	30'679	33'270	17'444
<b>Total Betriebserträge vor Kurtaxen und Gemeindebeiträgen</b>	<b>774'503</b>	<b>207'158</b>	<b>116'974</b>	<b>214'470</b>
<b>BETRIEBSAUFWAND NETTO</b>				
Mitarbeiteraufwand	2'614'643	579'203	426'687	440'192
Sachkosten, Büro- & Kommunikationsaufwand	2'325'953	313'880	597'035	84'909
Nettoergebnis Liegenschaften	34'300	75'616	16'573	7'050
Abschreibungen, Zinsaufwand & Neutraler Erfolg	448'660	10'521	21'627	24'627
Gemeinkostenanteil Finanz & Administration		221'759	240'488	126'091
<b>Total Betriebsaufwand</b>	<b>5'423'556</b>	<b>1'200'979</b>	<b>1'302'410</b>	<b>682'869</b>
<b>Durch zweckbestimmte Beiträge zu deckender Betriebsaufwand (Kurtaxen, TFA &amp; Gemeinde)</b>	<b>4'649'053</b>	<b>993'821</b>	<b>1'185'436</b>	<b>468'399</b>
Kurtaxenerträge	2'475'982			
./.. Durch Kurtaxen zu deckender Betriebsaufwand (Information & Reservation 50%)	-2'413'456			50%
<b>Überdeckung Kurtaxen (Kurtaxenbenefit)</b>	<b>62'526</b>			
<b>Verwendung zweckbestimmte Beiträge (TFA &amp; Gemeinde)</b>				
Erträge Tourismusförderungsabgabe (TFA)	1'144'869			
Gemeindebeitrag Marketing	500'000			
Kantonsbeitrag Marketing	255'332			
./.. 50% Anteil von Information / Reservation	-234'200			50%
./.. Aufwände Marketing und PR/externe Projekte	-2'001'397			
<b>Unterdeckung Marketing &amp; Verkauf</b>	<b>-335'396</b>			
Gemeindebeiträge nicht zweckbestimmt	380'000			
+ Überdeckung Kurtaxen (Kurtaxenbenefit)	62'526			
./.. Unterdeckung Marketing & Verkauf	-335'396			
<b>UNTERNEHMENSGEWINN</b>	<b>107'130</b>			

Marketing/PR	Destinations- management & Projekte	Gemeinkosten: GL + Finanz & Ad- ministration + EDV
-	-	-
157'348	21'400	138'546
-	-	-
51'950	5'203	-138'546
<b>209'298</b>	<b>26'603</b>	-
549'951	62'648	555'962
1'098'713	99'716	131'700
2'072	1'036	-68'047
7'388	2'660	381'837
375'507	37'607	-1'001'452
<b>2'033'631</b>	<b>203'667</b>	-
<b>1'824'333</b>	<b>177'064</b>	-



**4.5. Bericht der Revisionsstelle**


# ribo treuhand ag gstaad

Gstaad Saanenland Tourismus  
Geschäftsprüfungskommission  
z. H. Präsident Christian Reuteler  
Haus des Gastes  
3780 Gstaad

Gstaad, 28. Januar 2008/JH/cr

**Bericht der Revisionsstelle für die Rechnung 2006/2007**

Sehr geehrte Damen und Herren

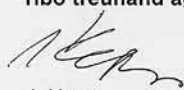
Auftragsgemäss haben wir oben erwähnte Jahresrechnung für die Zeit vom 1. November 2006 bis 31. Oktober 2007 geprüft. Unsere Prüfung erfolgte nach den Grundsätzen des schweizerischen Berufsstandes wonach eine Prüfung so zu planen und durchzuführen ist, dass wesentliche Fehlaussagen in der Jahresrechnung mit angemessener Sicherheit erkannt werden. Wir prüften die Posten und Angaben der Jahresrechnung mittels Analysen und Erhebungen auf der Basis von Stichproben. Ferner beurteilten wir die Anwendung der massgebenden Rechnungslegungsgrundsätze, die wesentlichen Bewertungsentscheide sowie die Darstellung der Jahresrechnung als Ganzes. Unsere Prüfung bildet eine ausreichende Grundlage für unser Urteil.

Wir stellen fest, dass

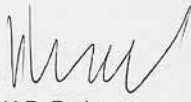
- die Buchhaltung ordnungsgemäss geführt wurde und sämtliche Belege zur Revision vorlagen;
- bei der Darstellung der Vermögenslage und der Gewinn- und Verlustrechnung die gesetzlichen Vorschriften sowie das Finanzreglement eingehalten wurden;
- der ausgewiesene Jahresgewinn von Fr. 107'129.58 mit der Buchhaltung übereinstimmt.

Aufgrund unserer Prüfungen beantragen wir, die Rechnung 2006/2007 zu genehmigen.

Freundliche Grüsse



**ribo treuhand ag**  
J. Horn  
leitender Revisor



H.P. Borle

Litzli Haus 1 | Postfach 370 | 3780 Gstaad | Telefon 033 744 72 22 | Telefax 033 744 66 36  
E-Mail: ribo@bluewin.ch | www.ribotreuhand.ch

Mitglied des Schweizerischen Treuhänder-Verbandes **STV** | **USF**

#### 4.6. Bericht der Geschäftsprüfungskommission

Die Geschäftsprüfungskommission (GPK) hat im Geschäftsjahr 2006/07 drei Sitzungen durchgeführt. Den Mitgliedern der Geschäftsprüfungskommission standen als Arbeitsunterlagen die Sitzungsprotokolle des GST-Vorstandes, die Vorstands-Informationspapiere der Geschäftsleitung, die Controllingberichte der Treuhand- & Revisions AG, die Budgets und Geschäftsabschlüsse sowie der Revisionsbericht der RIBO Treuhand AG zur Verfügung. An den GPK-Sitzungen nahmen neben den GPK-Mitgliedern der Präsident des Vorstandes, Herr Walter Egger, und der Direktor, Herr Roger Seifritz, teil. Im Rahmen des statutarischen Auftrages hat die GPK zu beurteilen, ob GST statutenkonform und aus finanzieller Sicht den Usanzen entsprechend geführt wird.

Die Mitglieder der GPK stellen erneut mit Genugtuung fest, dass GST den vor Jahren eingeleiteten Finanzpfad diszipliniert weitergeht. Die Rechnung 2006/07 findet denn auch im Bericht der Revisionsstelle ihre einwandfreie Beurteilung. Die GPK nimmt mit besonderer Befriedigung davon Kenntnis, dass auch die regelmässige Berichterstattung der Controllingstelle T & R ordnungsgemässe Befunde erheben kann.

Zusammenfassend kann auch die GPK das zu Ende gehende Geschäftsjahr als eine Phase der positiven Konsolidierung beurteilen. Die Mitglieder der GPK bestätigen ebenfalls die statutenkonforme Vereinsführung durch den Vorstand und die Geschäftsleitung. Die GPK dankt dem Vorstand, der Geschäftsleitung und allen Mitarbeitenden für ihre unbestritten sehr gute Arbeit im Berichtsjahr.

Mit dem Ende des Geschäftsjahres 2006/07 befindet sich auch der Präsident des Vorstandes GST, Herr Walter Egger, im obligatorischen Austritt. Als Mitglieder der GPK hatten wir stets Gelegenheit, Einsicht in alle Einzelheiten seiner Amtszeit zu bekommen. Wir sind überzeugt vom grossen Wert der Arbeit, welche er für GST geleistet hat. Mit grundsätzlich neuen Strukturen hat er neben einem modernen, kooperativen Führungsstil äusserst positive Zeichen gesetzt. Das sehr grosse Arbeitspensum einer ausschliesslichen Dienstleistungsorganisation, wie es GST nun einmal darstellt, hat Walter Egger neben all seinen Verpflichtungen als Inhaber eines eigenen Betriebes geleistet. Auch von unserer Seite möchten wir ihm dafür herzlich danken.

10. Februar 2008

Christian Reuteler, Präsident

# 5. PROTOKOLL DER 14. ORDENTLICHEN HAUPTVERSAMMLUNG 2007

## Hauptversammlung 2007 im Gstaad Palace

Datum: 20.03.2007, Gstaad Palace, 20.10 bis 23.05 Uhr

Anwesende Vorstandsmitglieder:

Walter Egger (Präsident), Markus Kappeler (Vizepräsident), Andrea von Siebenthal, Gabi Thoenen, Eric Oehrli, Andrea Scherz, Emmanuel Raaflaub und Michael Kneubühler.

Der Jahresbericht, die strategischen Leitlinien und die Statuten mit Änderungsanträgen liegen auf.

Anwesende Mitglieder gemäss Präsenzliste: 135

Anwesende Gäste: 28 / entschuldigt: 28

### 1. Begrüssung

Präsident Walter Egger begrüsst die anwesenden Mitglieder, Ehrengäste und Medienvertreter. Als Stimmzähler werden auf Vorschlag des Präsidenten Oswald Steffen, Max Schwenter, Thomas Kernen und Bethli Küng gewählt.

In seiner Begrüssungsansprache betont der Präsident, dass die Tourismusregion Gstaad-Saenenland im Tourismusjahr 2005/06 in verschiedenen Bereichen einmal mehr besser als die nationalen Vorgaben liegt. Positive Ratings bestätigen die guten Leistungen in der Hotellerie, Gastronomie und bei den Bergbahnen. Zudem brachte das Tourismusjahr 2005/06 eine ausserordentliche mediale Attraktivität und es konnten wiederum umfangreiche Investitionen im touristischen Bereich getätigt werden. Auch Gstaad Saenenland Tourismus war im Berichtsjahr wieder wirtschaftlich und trug seinen Teil zum positiven Gesamtergebnis bei. Der Präsident dankt allen Mitkämpfern für ihr Engagement herzlich.

Im Jahr 2006 konnte Gstaad Saenenland Tourismus das 100-jährige Jubiläum der Gründung der Verkehrsver-

eine von Saanen und Gstaad feiern. Dabei wurden klassische Feste bewusst in den Hintergrund gestellt und entsprechende Mittel in gästewirksame Themen investiert, zum Beispiel in das Jubiläumsprogramm des Menuhin Festivals oder in eine Jubiläumsausstellung im Museum der Landschaft Saanen.

Zusammen mit der Gemeinde Saanen und dem Hotelierverein Gstaad-Saenenland musste sich Gstaad Saenenland Tourismus sehr intensiv mit der Rettung der Allianz Suisse Open sowie der Bindung des Turniers an Gstaad beschäftigen. Die gute Nachricht: Das Turnier wird weiterhin in Gstaad stattfinden, dank einer zwischen Gstaad und Swiss Tennis erzielten Einigung, von der sich der Turnierrechte-Besitzer und die ATP letztlich überzeugen liessen. Freude bereitet auch die Tatsache, dass die Chance des Umbaus des Haus des Gastes in Gstaad genutzt werden konnte und heute im Zentrum von Gstaad eine Tourismus-Informationsstelle angeboten werden kann, die «Gstaad-like» ist.

Der Präsident betont, dass trotz der diversen positiven Ereignisse und Resultate auch Herausforderungen zu meistern sind, die die Destination Gstaad weiter beschäftigen werden. So darf die Bedeutung der bewirtschafteten Betten nicht vergessen werden, denn sie bringt die für viele Betriebe notwendige Grundausstattung. Auch die Bedeutung lebendiger Dörfer im Saanenland darf nicht unterschätzt werden. Konsequente Arbeit, Qualität, Sauberkeit und Sicherheit sind der Schlüssel zum Erfolg. Darum setzt sich Gstaad Saenenland Tourismus unter anderem für das Sicherheitskonzept der Gemeinde Saanen ein. Zudem hat sich unser Direktor Roger Seifritz aktiv für die Abschätzung der Folgen der Klimaerwärmung eingesetzt, um darauf ba-



sierend geeignete Massnahmen einleiten zu können. Gerade in dieser extrem schneearmen Wintersaison zeigte sich, wie wichtig die nicht direkt schneebezogenen Angebote für die Region sind.

## 2. Protokoll der 13. ordentlichen Hauptversammlung vom 8. März 2006

Das im Geschäftsbericht veröffentlichte Protokoll wird einstimmig genehmigt.

## 3. Jahresbericht und Jahresrechnung

### 3a. Jahresbericht Geschäftsjahr 2005/06

Direktor Roger Seifritz beginnt den Jahresbericht mit einer Lagebeurteilung. So hat die Destination Gstaad:

- 7 der 50 besten BILANZ-Ferienhotels (CH Rang 2)
- 194 GaultMillau-Punkte (CH Rang 1)
- Hohe Event-Dichte Sommer (CH Rang 1)
- Hervorragende Sommer-Preise (CH Rang 1)
- Hoch diversifizierter Tourismus (Beispiel für CH)
- Starke Tourismusmarke (Top 5 CH)
- Starke Nische / klare Ausrichtung (Beispiel für CH)
- Renommierte Tourismusorganisation (Beispiel für CH)

Gstaad liegt nach einer seco-Studie von BAK Basel economics im Winter-Wettbewerb von 156 alpinen Destinationen auf Rang 11. Im Sommer-Wettbewerb wird Gstaad von 80 alpinen Destinationen sogar auf Rang 8 gesetzt. Dies färbt auf die Wirtschaft der Region ab. So verzeichnet die Ferienregion Gstaad zum Beispiel weiterhin eine bessere Entwicklung der Hotelübernachtungen als der nationale Durchschnitt sowie bessere Preise.

Der Direktor skizziert einige ausgewählte Aktivitätsfelder von Gstaad Saanenland Tourismus im Geschäftsjahr 2005/06:

#### • Medienarbeit:

Durch eine Reihe von Medienmitteilungen, Medien-events, Medienreisen, TV-Produktionen und Radio-Reportagen, die GST CHF 418'000.- kosteten, wurden in den Zielmärkten 15.8 Mio. Menschen erreicht. Der Wert des Werbe-Äquivalents liegt bei CHF 5.58 Millionen. Das Verhältnis von 13 erzielten Franken Gegenwert pro investiertem Franken darf als gut bezeichnet werden. Die Medienarbeit bleibt damit für die klassische, auf Individualgäste ausgerichtete Ferienregion Gstaad weiterhin eine Schlüsselaktivität.

#### • Internet:

Der Online-Boom entwickelt sich weiter. Die Zahl der Besucher auf [www.gstaad.ch](http://www.gstaad.ch) hat im Berichtsjahr um weitere 81 % zugenommen. Im Vergleich dazu hat die Gruppe der Webuser der Schweiz lediglich um 5 % zugenommen. Im Geschäftsjahr 2005/06 besuchten 3.9 Mio. Besucher das Internetportal [www.gstaad.ch](http://www.gstaad.ch), mit einer im Durchschnitt sechsmünitigen Verweildauer und 7.4 abgefragten Seiten.

#### • Call Center & Reservation:

Über Gstaad Saanenland Tourismus können 37 Hotels (95 % der Hotelbetten) und 250 Ferienwohnungen (70 % der bewirtschafteten Appartement-Betten) gebucht werden. Im Jahr 2005/06 war nach langjährigem Wachstum erstmals wieder eine Einbusse bei den Direktreservationsbuchungen zu verzeichnen. Dies, weil Gstaad Saanenland Tourismus von Januar bis März 2007 weniger Hotel-Kontingente zur Verfügung hatte. Um hier Abhilfe zu schaffen, soll das Hotelfrontpersonal besser über dieses wichtige Werkzeug geschult werden.

#### • Tourismusbüros / Information:

Mit über 80'000 Schalterkunden pro Jahr, 5.3 Mio. Franken Umsatz und über 150'000 abgegebenen Print-Produkten hatten die Tourismusbüros von Gstaad Saanenland Tourismus erneut ein breites Wirkungsspektrum.

#### • Loipenunterhalt auf Rekordniveau:

Der Winter 2005/06 war sensationell: 129 Loipen-Tage konnten verbucht werden und es wurden 20% mehr Loipenpässe verkauft. Falk.de hat Gstaad zur besten Langlauf-Region in der Schweiz gewählt. Der ADAC zählt Gstaad zu den Top 3.

#### • Finanzen & Administration: Kurtaxen

Mit grossem Aufwand wurde das neue Kurtaxenreglement eingeführt. Dank der darin enthaltenen Änderungen konnte Gstaad Saanenland Tourismus einen Mehrertrag erzielen.

Der Direktor verweist darauf, dass Gstaad Saanenland Tourismus im vergangenen Jahr in verschiedenen Bereichen auch Kritik einstecken musste. Die wichtigsten davon sind:

- Wartezeiten am Telefon: Die je nach Saison teilweise zu langen Wartezeiten sind ein komplexes Problem. Die Situation konnte zwar um ca. 50% verbessert werden, die Optimierung ist aber noch nicht abgeschlossen.
- Einsturz der Fussgänger-Brücke beim Flugplatz Saanen  
Der Brücken-Einsturz hat zu viel Polemik geführt. Die positive Seite davon ist, dass inzwischen wieder eine Brücke steht und der Einsturz zum Anlass genommen werden konnte, den Übertrag diverser noch im Besitz von Gstaad Saanenland Tourismus stehender Brücken auf die Gemeinde Saanen vollziehen zu können.
- Öffnungszeiten Samstag Tourismusbüros Saanen / Schönried:  
Wegen tiefer Frequenzen sind die beiden Büros am Samstag jeweils geschlossen. Gstaad Saanenland Tourismus sucht hier ganzheitliche Lösungen. Beispiele: Schönried ab Winter 07 im Bahnhofsgebäude.
- Marke «Berner Oberland»  
Es wird keine Neugründung einer Marketing-Organisation «Berner Oberland» geben. Dies ist aus touristischer Sicht auch nicht erforderlich. Bester Beweis dafür ist, dass sich seit vier Jahren das gesamte Berner Oberland z.B. bei den Hotelübernachtungen besser als andere Regionen entwickelt und Gstaad obenauf schwingt. Wesentliche tourismuspolitische Anliegen werden übrigens von den Berner Oberländer Tourismusdestinationen weiterhin gemeinsam bearbeitet.

Anschliessend verweist Roger Seifritz auf die anstehende Gemeindeversammlung zum geplanten Bau der Umfahrung Saanen. Gstaad Saanenland Tourismus ist überzeugt, dass Saanen ohne Durchgangsverkehr ein hohes touristisches Potenzial hat. Roger Seifritz for-

dert die Mitglieder auf, am 30. März 07 an der Versammlung teilzunehmen. Er dankt allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und Mitgliedern, auch 2005/06 am gemeinsamen «Karren» kräftig gezogen zu haben.

### 3b. Rechnung Geschäftsjahr 2005/06

Roger Seifritz erläutert die Jahresrechnung. Im Vergleich zum Vorjahr hat Gstaad Saanenland Tourismus CHF 300'000 mehr Umsatz erzielt. Dieser lässt sich zum Hauptteil auf den gestiegenen Kurtaxenertrag zurückführen. Er erläutert einige wichtige Veränderungen gegenüber dem Vorjahr und Kennzahlen:

- Entwicklung Umsatz und Personalkosten:  
Die Personalkosten haben um CHF 167'592 zugenommen, dies ist auf je eine zusätzliche Stelle in den Bereichen Marketing sowie Call Center & Reservation zurückzuführen. Beide Stellen finanzieren sich selber, via Partner und Kommissionserträge.
- Entwicklung Kurtaxendefizit:  
Das Kurtaxendefizit konnte dank der Anpassung der Kurtaxen praktisch eliminiert werden.
- Entwicklung Cash Flow:  
Der Cash Flow reicht aus, um eigene Betriebsmittel zu refinanzieren. Er betrug im Geschäftsjahr 2005/06 CHF 319'949.
- Entwicklung der Aktiven:  
Die Zunahme ist auf das Projekt Haus des Gastes zurückzuführen.
- Entwicklung Verschuldungsgrad  
Infolge des Umbaus des Haus des Gastes hat sich der Verschuldungsgrad von 84.9 auf 87.3 % erhöht.  
Der Direktor berichtete am Schluss seiner Ausführungen darüber, dass das Projekt Umbau Haus des Gastes innerhalb des durch die Hauptversammlung genehmigten Baukredites von CHF 2'500'000 abgeschlossen werden konnte (CHF 2'498'034). Dies, obwohl innerhalb des Projektbudgets diverse nicht geplante Erneuerungsarbeiten realisiert werden mussten (z.B. Gesamterneuerung Heizung und Warmwasserversorgung, Dachsanierung, komplette Brandmeldeanlage).

### **3c. Bericht der Geschäftsprüfungskommission (GPK)**

Der Präsident der GPK, Dr. Christian Reuteler, weist auf den im Geschäftsbericht wiedergegebenen Bericht der Geschäftsprüfungskommission (GPK) sowie den Revisionsbericht hin. Sie attestieren dem Vorstand und der Geschäftsleitung eine den allgemeinen Regeln und Statuten entsprechende Rechnungsführung und Vereinsführung.

Christian Reuteler, Präsident der GPK, weist darauf hin, dass der masslose Umgang von Medien mit Gstaad mit einer fortschreitenden Boulevardisierungstendenz ein zukünftiges Problem der Region sein wird. So wird zu oft über Banalitäten berichtet, was die Anonymität von Gästen in Gstaad gefährdet. Gerade diese Anonymität sei hingegen ein einzigartiges Markenzeichen von Gstaad.

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

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

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

Die Versammlung entlastet den Vorstand und die GPK ohne Gegenstimme.

### **6. Wahlen**

#### **6a. Neuwahlen Vorstand**

Der Vorstand schlägt der Versammlung statutenkonform die Wahl eines neuen Mitglieds vor: Christoph Ringier, Schönried. Der Kandidat stellt sich der Versammlung kurz vor. Er wird einstimmig gewählt. Zudem stehen die Bestätigungswahlen von Andrea Scherz, Hotelier, Gstaad, und Eric Oehrli, Geschäftsführer, Gstaad, an. Sie werden durch die Versammlung einstimmig wiedergewählt.

#### **6b. Neuwahlen GPK**

Hans Ulrich Hauswirth, Geschäftsführer, Lauenen wird durch den Gemeinderat Lauenen als Ersatz für den ausscheidenden Lauener Gemeinderat Reto Burri vorgeschlagen. Für das in den Vorstand übertretende Mitglied Christoph Ringier wird durch den Vorstand neu David Matti, Fürsprecher, Saanen, zur Wahl als

freies Mitglied vorgeschlagen. Die vorgeschlagenen GPK-Mitglieder werden einstimmig gewählt.

### **7. Änderung der Statuten vom 13. März 2002**

Präsident Walter Egger informiert, dass die Statutenänderungsanträge des Vorstandes zur Steigerung der Schlagkraft der Region beitragen sollen. Dabei sollen insbesondere Artikel der Statuten bereinigt werden, die beim Zusammenschluss einen Kompromiss erforderten, aber aus unternehmerischer Sicht heute keinen Sinn mehr ergeben. Markus Kappeler, Vizepräsident, führt durch die diversen Änderungsanträge:

#### **Art. 1 Name**

*Antrag:*

«Unter dem Namen Gstaad Tourismus besteht ein Verein im Sinne von Art. 60 ff ZGB»

*Ziele:*

- Konsequentes Bekenntnis zur Marke Gstaad
- Kurzer und prägnanter Name
- Keine Abkürzungen mehr

*Begründung:*

- Das Marketing der Region basiert seit 10 Jahren mit Erfolg auf der einzig starken Marke der Region: Gstaad
- Die Trägerin der Marke (GST) muss gleich heissen wie ihre Marke
- «Saanenland» ist kein klarer, geografischer Begriff (nicht in Landkarte, offizielle Bezeichnung «Amt Saanen»)
- «Saanenland» behindert die Integration umliegender Gebiete (Zweisimmen & Pays d'Enhaut)
- Namensänderung ist die logische Fortsetzung aller bisherigen Schritte (Fusion Verkehrsvereine, Konzentration Leistungen etc.)

*Wortmeldungen:*

Es erfolgen vier Wortmeldungen. Aussagen: Der Name Saanenland habe einen emotionalen Wert. Die Identifikation der Aussendörfer sei beim Namen Gstaad Saanenland Tourismus grösser als bei Gstaad Tourismus. Die Gäste machen in der Destination Ferien, daher auch in anderen Dörfern. Wenn der Anruf im Tourismusbüro mit «Gstaad Tourismus» beantwortet wird, können Missverständnisse entstehen. Zudem verbindet man mit der Marke Gstaad Luxus und Reichtum. So

## 5. PROTOKOLL DER HAUPTVERSAMMLUNG 2007

denken einige Gäste, sie könnten sich Ferien in unserer Region nicht leisten.

*Entscheid:*

Der Antrag des Vorstandes wird mit 67 zu 54 Stimmen abgelehnt.

### **Art. 8 Organe**

*Antrag:*

Neuer Absatz 4: «Werden Präsidenten eines Dorfvorstandes in den Vorstand von Gstaad Saanenland Tourismus gewählt, müssen sie innerhalb eines Jahres von ihrer Funktion als Präsident des Dorfvorstandes zurücktreten. Sie können im Dorfvorstand verbleiben.»

*Ziel:*

- Vermeidung von Doppelmandaten

*Begründung:*

- Ungleicher Informations- / Kenntnisstand einzelner Dorfpräsidenten
- Teilweise Interessenvertretungen = nicht im Sinn der Gesamtorganisation GST
- Ausgehandelter Kompromissvorschlag mit Dorfpräsidenten & -vorständen

*Gegenantrag Dr. Christian Reuteler:*

Er verweist darauf, dass die Beschränkung von Doppelmandaten auf Dorfvorstandspräsidenten ein unvollendeter Akt sei und stellt folgenden Änderungsantrag:

Neuer Absatz 4: «Werden Mitglieder eines Dorfvorstandes in den Vorstand Gstaad Saanenland Tourismus gewählt, müssen sie innerhalb eines Jahres von ihrer Funktion im Dorfvorstand zurücktreten.»

*Entscheid:*

Der Antrag von Dr. Christian Reuteler obsiegt in der Abstimmung gegen den Antrag des Vorstandes mit 110 zu 12 Stimmen. In der Schlussabstimmung wird der Statutenänderungsantrag mit 114 zu 4 Stimmen angenommen.

### **Art. 10 Aufgaben Hauptversammlung & Art. 22 Aufgaben Dorfversammlung**

*Antrag:*

Neuer Art. 10 Buchstabe j: «Die Hauptversammlung ist zuständig für die Zustimmung zu Kauf und Verkauf Immobilien.»

Streichung von Art. 22. Buchstabe e: «Die Dorfversammlung ist zuständig für die Zustimmung zu Veräusserung, Belehnung oder Zweckänderung von Liegenschaften auf dem in ihrer Zuständigkeit stehenden Territorium.»

*Ziel:*

- Klare Kompetenzregelung im Sinne der Destination Gstaad

*Begründung:*

- Heute: Liegenschaftsgeschäfte müssen der Hauptversammlung NICHT vorgelegt werden
- Problem: Kompetenz (Dorfversammlungen) und Verantwortung (Hauptversammlung) decken sich nicht
- Nach bestehenden Statuten können lokale Einzelinteressen damit die Gesamtinteressen von GST behindern oder gar verunmöglichen

*Wortmeldungen:*

Walter von Siebenthal möchte von einer alleinigen Kompetenz der Hauptversammlung nichts wissen und schlägt vor, der Hauptversammlung zwar die entsprechenden Kompetenzen auf Entscheidung bei Kauf und Verkauf zuzubilligen. Ein Verkauf oder eine Zweckänderung soll aber zusätzlich von der Zustimmung der betroffenen Dorfversammlung abhängen. In der anschliessenden Diskussion wird folgender Gegenantrag formuliert:

*Gegenantrag Walter von Siebenthal:*

Neuer Art. 10 Buchstabe j: «Die Hauptversammlung ist zuständig für die Zustimmung zu Kauf und Verkauf von Immobilien. Ein Liegenschaften-Verkauf oder eine Zweckänderung ist nur möglich, wenn die zuständige Dorfversammlung vorab zugestimmt hat.»

Streichung Art. 22 Buchstabe e: «Die Dorfversammlung ist zuständig für die Zustimmung zu Veräusserung, Belehnung oder Zweckänderung von Liegenschaften auf dem in ihrer Zuständigkeit stehenden Territorium.»

*Entscheid:*

In der Abstimmung zwischen Gegenantrag und Antrag des Vorstandes obsiegt der Gegenantrag mit 79 zu 39 Stimmen. In der Schlussabstimmung wird die Statutenänderung mit 93 zu 17 Stimmen angenommen.

### **Art. 15 Aufgaben Vorstand**

*Antrag:*

Ergänzung Art. 15 Buchstabe f: «Der Vorstand ist zuständig für die Verabschiedung aller auf den Statuten und dem Geschäftsreglement basierenden Reglemente und Bestimmungen.»

*Begründung:*

- Logische Ergänzung, weil die Statuten die Basis aller übrigen Reglemente sind (in den Statuten wurde dies bisher fälschlicherweise nicht erwähnt)

*Wortmeldungen:*

Es erfolgen keine Wortmeldungen

*Entscheid:*

Der neue Antrag wird durch die Mitglieder einstimmig angenommen.

### **Art. 21 Dorforganisation**

*Antrag:*

Neuer Art. 21 (Bisheriger Art. 21 wird 21.a):  
«Für die Dörfer im Hoheitsgebiet von Gstaad Saanenland Tourismus besteht eine Dorforganisation mit den Organen Dorfversammlung und Dorfvorstand.»

*Begründung:*

- Offizielle Bekenntnis zu einer Tatsache, die auch schon unbestritten war
- Vorgabe für allfällige Erweiterungen des Hoheitsgebietes von GST (gleiche Bedingungen schaffen)

*Wortmeldungen:*

Es erfolgen keine Wortmeldungen

*Entscheid:*

Der neue Antrag wird durch die Mitglieder einstimmig angenommen.

### **Art. 24 Aufgaben Dorfvorstände**

*Antrag:*

Streichung Art. 24. e:  
«Der Dorfvorstand ist zuständig für die Mitsprache bei Anstellung, Beförderung oder Entlassung des Leiters des örtlichen Tourismusbüros.»

*Begründung:*

- Mitarbeiter müssen von einem Vorgesetzten nach identischen Kriterien ausgewählt und geführt werden können
- In einer modernen Unternehmung können Mitarbeiter nicht unterschiedlichen Personen / Gremien mit

möglicherweise divergierenden Interessen unterstellt sein

*Wortmeldungen:*

Es erfolgen keine Wortmeldungen

*Entscheid:*

Der neue Antrag wird durch die Mitglieder einstimmig angenommen.

### **Art. 24 Aufgaben Dorfvorstände**

*Antrag:*

Anpassung Art. 24. h:

Der Dorfvorstand ist zuständig für die ~~Erstellung des örtlichen Werbekonzeptes in Absprache mit der Geschäftsleitung; ...~~»

*Begründung:*

- Örtliche Werbekonzepte hat es seit dem Zusammenschluss der Verkehrsvereine nicht mehr gegeben. Sie machen in einer Destination, die sich als Einheit versteht, keinen Sinn

*Wortmeldungen:*

Es erfolgen keine Wortmeldungen

*Entscheid:*

Der neue Antrag wird durch die Mitglieder einstimmig angenommen.

### **Art. 24 Aufgaben Dorfvorstände**

*Antrag:*

Anpassung Art. 24. h:

«Der Dorfvorstand ist zuständig für...»

Die Pflege der Stammgäste auf der Basis des Konzeptes Stammgastmarketing der Destination, ...»

*Begründung:*

- Bisher haben die einzelnen Dorfvorstände autonom Stammgäste gepflegt. Im Sinne der Gleichbehandlung von Stammgästen und der Ausnützung des Stammgastpotenzials ist eine Koordination erforderlich, die über bisherige Massnahmen hinausgeht
- Die Koordination muss bei der Geschäftsleitung liegen

*Wortmeldungen:*

Es erfolgen keine Wortmeldungen

*Entscheid:*

Der neue Antrag wird durch die Mitglieder einstimmig angenommen.

**Art. 24 Aufgaben Dorfvorstände***Antrag:*

Anpassung Art. 24. h:

«Der Dorfvorstand ist zuständig für...

Die Durchführung örtlicher touristischer Anlässe auf der Basis des Animations- und Veranstaltungskonzeptes der Destination.»

*Begründung:*

- Das Potenzial betreffend Animation in der Destination ist noch nicht ausgenützt (Lücken)
- Zentrale Leitlinien sollen Aufgaben und Möglichkeiten aufzeigen und klarer zuordnen (wer soll / könnte was machen?)
- Die Dorfvorstände bleiben aber grundsätzlich autonom

*Wortmeldungen:*

Es erfolgen keine Wortmeldungen

*Entscheid:*

Der neue Antrag wird durch die Mitglieder einstimmig angenommen.

**Art. 33 Übergangsbestimmung***Antrag:*

Anpassung Art. 33:

«Diese Statuten treten am Tag nach ihrer Genehmigung durch die Hauptversammlung vom 20. März 2007 in Kraft und ersetzen diejenigen vom 13. März 2002.»

*Begründung:*

- Formsache

*Wortmeldungen:*

Es erfolgen keine Wortmeldungen

*Entscheid:*

Der neue Antrag wird durch die Mitglieder einstimmig angenommen.

**8. Tourismusorganisationen der Alpen im Umbruch: Ein Überblick**

Roger Seifritz, Direktor, erläutert die Situation der sich beschleunigenden Destinationsbildung in den Alpen. Seit 2006 gab es eine deutliche Zunahme der Dynamik und es entstehen schlagkräftige Gross-Destinationen. Die Ziele sind jeweils eine massive Steigerung der Marketing-Schlagkraft und der Effizienz.

Die Situation in Gstaad ist folgendermassen: von 2001 bis 2006 hatte GST eine bessere Entwicklung als die meisten Mitbewerber, durch Investitionen in Qualität und konsistente Präsenz auf den Marken. Zudem ist Gstaad ein Musterbeispiel in Sachen Destinationsmanagement. Beispiel: Integration GST mit Bergbahnen. Hier geht GST einen Schritt über das Ziel der neuen Destinationsmanagementorganisationen (DMO) hinaus. Im Destinationsmarketing werden die verfügbaren Mittel der neuen DMO's jedoch um das 3- bis 4fache unterschritten. Dies wird für Gstaad insbesondere in rückläufigen Märkten (z.B. Wintersport) zum Problem.

Die Optionen von Gstaad sind folgende:

- Alleingang:  
Chancen: Marke Gstaad mit ihrem spezifischen Image bleibt autonom
- Gefahr: erforderliche Hebelwirkung wahrscheinlich nur schwer erreichbar  
Zusammenschlüsse mit Nachbarn:  
Chance: Erforderliche Hebelwirkung tendenziell besser erreichbar  
Gefahr: Zugeständnisse Markenführung denkbar

Fazit: Gstaad steht nicht unter dem Druck, sofort zu handeln. Im Geschäftsjahr 2006/07 wird Gstaad Saanenland Tourismus die Entwicklung der Optionen prüfen. Das Aushandeln mit Partner sowie die Umsetzung sind ab 2008 geplant.

**9. Verschiedenes****9a. Ehrung der Grossanlässe**

Walter Egger, Präsident, dankt den Verantwortlichen folgender Grossanlässe für ihr grosses Engagement zum Wohl der Destination:

- Ito1 Beach Volleyball Gstaad Open
- Allianz Suisse Open
- Menuhin Festival Gstaad
- Polo Gold Cup
- Country Night Gstaad
- Sommets Musicaux Gstaad

Der Präsident und der Direktor überreichen den Verantwortlichen Dankes-Urkunden. Auf der Urkunde ist vermerkt, in welchem Sinn die Grossanlässe einen nachhaltigen Beitrag für den Tourismus im Saanenland leisten.

### 9b. Bemerkungen von Mitgliedern

Der Gemeinderatspräsident von Saanen, Andreas Hurni, bittet den Vorstand, den Auswirkungen des Klimawandels für das Saanenland weiterhin nachzugehen, und dankt Gstaad Saanenland Tourismus für die klare Unterstützung für das Projekt Umfahrung Saanen. Schliesslich dankt der Gemeindepräsident Gstaad Saanenland Tourismus für die geleistete Arbeit.

Walter Egger, Präsident, dankt der Gemeinde Saanen für die gute Instandhaltung der Wanderwege und die positive Zusammenarbeit. Der Präsident spricht allen Anwesenden seinen Dank aus und lädt zum anschließenden Apéro ein. Besonderer Dank gilt Markus Kappeler, Vizepräsident, welcher viel zur Rettung des Tennisturniers beigetragen hat und die Statutenrevision vorgenommen hat.

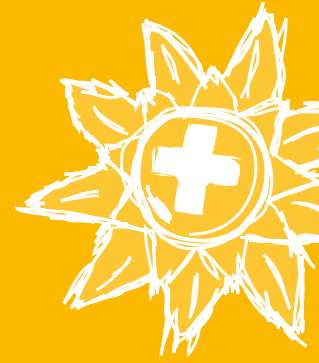
Markus Kappeler, Vizepräsident, dankt dem Präsident, Walter Egger, für sein grosses Engagement für Gstaad Saanenland Tourismus. Auch Walter Egger habe massgeblich zur Rettung des Tennisturniers beigetragen. Die nächste Hauptversammlung findet am Dienstag, 18. März 2008, statt.

Die Protokollführerin



Simone Tüscher





# 6. GESCHÄFTSFÜHRUNGS- UND VERWALTUNGSORGANE (Stichtag 31. Oktober 2007)

## Vorstand Gstaad Saanenland Tourismus

(In Klammern Eintrittsjahr)

Walter Egger (1997), Präsident seit 1999  
Markus Kappeler, Vizepräsident (1999)  
Gabi Thoenen (1999)  
Andrea Sprenger (2001)  
Eric Oehrli (2004)  
Andrea Scherz (2004)  
Emanuel Raaflaub (2006)  
Michael Kneubühler (2006)  
Christoph Ringier (2007)

## Direktor

Roger Seifritz (1998)

## Geschäftsprüfungskommission

Christian Reuteler, Präsident (2000)  
David Matti, Vizepräsident (2007)  
Kurt Gyger (2005)  
Markus Willen (2005)  
Hansueli Hauswirth (2007)

## Dorfvorstände

### Gstaad

Michel Brand, Präsident  
Claudia von Siebenthal  
Conroy Widmer  
Roni Ryter  
Kathrin Espiasse-Neuenschwander  
Marcel Romang

### Schönried

Jürg Schwenter, Präsident  
Charles Reichenbach,  
Vizepräsident  
Viktor Germann  
Johny Wyssmüller  
Andrea Wehren

### Lauenen

Franziska Annen, Präsidentin  
Ueli Reichenbach  
Reto Burri  
Ruth Lüthi  
Bernhard Zumbrunnen  
Hansueli Hauswirth

### Turbach

Emanuel Raaflaub, Präsident  
Barbara von Grünigen-von Känel  
Jolanda Romang  
Hansjörg Reuteler  
Ernst Romang

### Saanenmöser

Christoph Remund, Präsident  
Brigitte Hoefliger-von Siebenthal  
Susanne Schwenter-Wolff  
Jürg Tschanz  
Andreas Huggler  
Marc Rüdisühli

### Gsteig-Feutersoey

Käthy Marti, Präsidentin  
Hanspeter Spychiger,  
Vizepräsident  
Blanca Burri-Bättig  
Fritz Schallenberg  
Martin Trummer  
Markus Willen  
Erika Hauswirth-Hauri

### Saanen

Arthur Reuteler, Präsident  
Beat Anderegg  
Markus S. Bach  
Regula Bieri  
Lisette Chevalier  
Andreas Knecht  
Beat Locher  
Bill Lovell

### Abländschen

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



# 7. TOURISMUS-STATISTIK

## 7.1. Überblick über die Logiernächte-Entwicklung

Das Tourismusjahr 2006/07 schloss mit 2.6 % mehr Übernachtungen erneut über dem Vorjahresergebnis ab. Eine Zunahme erfolgte sowohl im Sommer- als auch im Winterhalbjahr. Die Hotellerie und Ferienwohnungen trugen zum positiven Ergebnis in praktisch gleichem Ausmass bei. Rückläufig waren hingegen erneut die Übernachtungen bei den Gruppenunterkünften / Camping, was einem längerfristigen Trend entspricht.

### Logiernächte-Entwicklung

	2001/02	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07	+/-	in %
<b>WINTER</b>								
Hotels	160'551	154'450	164'530	172'727	187'531	194'410	6'879	3.7%
Ferienwohnungen	257'991	260'183	268'490	271'207	286'947	294'789	7'842	2.7%
Gruppenunterk./Camping	67'717	64'907	71'322	60'966	60'556	56'414	-4'142	-6.8%
<b>TOTAL WINTER</b>	<b>486'259</b>	<b>479'540</b>	<b>504'342</b>	<b>504'900</b>	<b>535'034</b>	<b>545'613</b>	<b>10'580</b>	<b>2.0%</b>
<b>SOMMER</b>								
Hotels	157'494	158'280	151'306	154'186	169'518	171'982	2'464	1.5%
Ferienwohnungen	157'873	160'044	160'031	156'802	175'883	185'287	9'404	5.3%
Gruppenunterk./Camping	51'061	49'365	36'838	44'900	45'556	47'235	1'678	3.7%
<b>TOTAL SOMMER</b>	<b>366'428</b>	<b>367'689</b>	<b>348'175</b>	<b>355'888</b>	<b>390'957</b>	<b>404'503</b>	<b>13'546</b>	<b>3.5%</b>
<b>WINTER &amp; SOMMER</b>								
Hotel	318'045	312'730	315'836	326'913	357'049	366'392	9'343	2.6%
Ferienwohnungen	415'864	420'227	428'521	428'009	462'830	480'076	17'246	3.7%
Gruppenunterk./Camping	118'778	114'272	108'160	105'866	106'112	103'649	-2'463	-2.3%
<b>TOTAL JAHR</b>	<b>852'687</b>	<b>847'229</b>	<b>852'517</b>	<b>860'788</b>	<b>925'991</b>	<b>950'117</b>	<b>24'126</b>	<b>2.6%</b>

(Basis: Kurtaxenstatistik GST Stand 31. Januar 2008)

## 7.

## TOURISMUS-STATISTIK

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

Von den zunehmenden Übernachtungen profitierten alle Hotel-Kategorien, allerdings in unterschiedlichem Ausmass. Die in untenstehender Statistik erkennbare Abnahme von Übernachtungen bei den Dreistern-Hotels hat ihre Ursache in der Höherstufung des Hotels Gstaaderhof zum Viersternhotel.

	2001/02	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07	+/-	in %
5* Hotels	69'846	66'943	79'454	81'894	94'010	101'500	7'490	8.0%
4* Hotels	119'248	120'632	118'052	117'965	123'614	139'466	15'852	12.8%
3* Hotels	104'429	100'872	95'122	104'168	106'499	89'134	-17'365	-16.3%
Übrige	24'522	24'283	23'208	22'886	32'926	36'292	3'366	10.2%
<b>TOTAL HOTELLERIE</b>	<b>318'045</b>	<b>312'730</b>	<b>315'836</b>	<b>326'913</b>	<b>357'049</b>	<b>366'392</b>	<b>9'343</b>	<b>2.6%</b>

(Basis: Kurtaxenstatistik GST Stand 31. Januar 2008)

**Bettenauslastung in % Hotellerie Saanenland (vorhandene Betten)**

Die durchschnittliche Betten-Auslastung der Hotels im Saanenland (Bezugswert: vorhandene Betten) ist dank den angestiegenen Übernachtungszahlen erneut besser geworden.

	2001/02	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07
Betten	2'166	2'226	2'226	2'341	2'352	2'325
Logiernächte	318'045	312'730	315'836	326'913	357'049	366'392
<b>AUSLASTUNG</b>	<b>39.11%</b>	<b>37.05%</b>	<b>38.87%</b>	<b>38.26%</b>	<b>41.59%</b>	<b>43'17%</b>

(Basis: Kurtaxenstatistik GST Stand 31. Januar 2008/nur klassifizierte Hotelbetriebe)

**Detailstatistik Hotellerie nach Herkunftsländern**

Im Berichtsjahr nahmen die Logiernächte aus den meisten Herkunftsländern zu. Die deutlichsten Zunahmen verzeichnete die Destination aus Frankreich (plus 11.7 %), Grossbritannien (plus 13.2 %) und Italien (plus 29.5 %). Die Anzahl der deutschen Gäste nahm um 4.2 % ab. Deutschland ist das einzige bedeutende Herkunftsland von Gästen, aus dem GST einen Rückgang verzeichnet.

Herkunftsland	2001/02		2002/03		2003/04		2004/05		2005/06		2006/07	
	Übernach- tungen	Anteil in %	Übernach- tungen	Anteil in %	Übernach- tungen	Anteil in %	Übernach- tungen	Anteil in %	Übernach- tungen	Anteil in %	Übernach- tungen	Anteil in %
Schweiz	179'065	56.6%	185'571	59.3%	181'806	57.6%	194'338	59.4%	212'950	59.6%	213'371	58.2%
Deutschland	37'332	11.8%	36'069	11.5%	36'859	11.7%	35'918	11.0%	33'719	9.4%	32'287	8.8%
Frankreich	18'214	5.8%	18'789	6.0%	20'965	6.6%	22'048	6.7%	22'127	6.2%	24'712	6.7%
Grossbritannien	15'251	4.8%	15'329	4.9%	15'115	4.8%	16'409	5.0%	18'282	5.1%	20'679	5.6%
USA	14'165	4.5%	8'689	2.8%	9'239	2.9%	9'400	2.9%	10'380	2.9%	10'708	2.9%
Niederlande	9'058	2.9%	8'123	2.6%	8'621	2.7%	8'180	2.5%	8'719	2.4%	10'323	2.8%
Italien	6'712	2.1%	6'256	2.0%	6'184	2.0%	6'216	1.9%	6'817	1.9%	8'829	2.4%
Belgien	5'920	1.9%	5'533	1.8%	6'357	2.0%	7'082	2.2%	7'588	2.1%	8'055	2.2%
Spanien	4'010	1.3%	4'143	1.3%	4'716	1.5%	5'573	1.7%	5'746	1.6%	6'696	1.8%
Andere	26'402	8.4%	24'228	7.7%	25'974	8.2%	21'749	6.7%	30'721	8.6%	30'732	8.4%
<b>TOTAL</b>	<b>316'129</b>	<b>100%</b>	<b>312'730</b>	<b>100%</b>	<b>315'836</b>	<b>100%</b>	<b>326'913</b>	<b>100%</b>	<b>357'049</b>	<b>100%</b>	<b>366'392</b>	<b>100%</b>

(Basis: Kurtaxenstatistik GST Stand 31. Januar 2008)

## Aufgliederung Hotellerie nach Dörfern

Die Übernachtungsstatistik verzeichnet Zuwächse für alle Dörfer mit Ausnahme von Saanenmöser und Saanen. Die Abnahmen in Saanen und Saanenmöser sind auf die Schliessung des Hotels Bahnhof beziehungsweise die wegen Renovation kürzere Betriebszeit des Hotels Steigenberger zurückzuführen.

	2001/02	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07	+/-	in %
Gstaad	131'928	124'920	129'705	138'882	146'514	158'426	11'912	8.1%
Schönried	54'526	50'838	47'993	45'672	53'732	54'655	923	1.7%
Saanen	93'472	97'770	99'444	98'549	106'686	101'176	-5'510	-5.2%
Saanenmöser	25'291	27'149	28'263	31'913	36'703	36'284	-419	-1.1%
Lauenen	8'464	8'565	7'601	9'195	9'347	9'702	355	3.8%
Gsteig	2'448	3'488	2'830	2'702	4'067	6'149	2'082	51.2%
<b>TOTAL</b>	<b>316'129</b>	<b>312'730</b>	<b>315'836</b>	<b>326'913</b>	<b>357'049</b>	<b>366'392</b>	<b>39'479</b>	<b>12.1%</b>

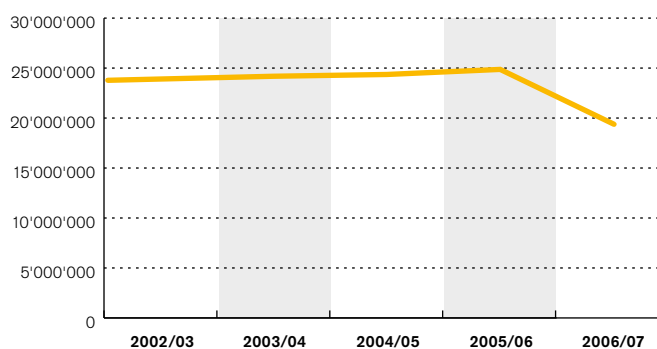
(Basis: Kurtaxenstatistik GST Stand 31. Januar 2008)

## 7.2. Bergbahnen

Die Vereinigung der Bergbahnen von Gstaad und Umgebung VBG musste im Geschäftsjahr 2006/07 erstmals nach drei Jahren, in denen es entgegen dem nationalen Trend stets bergauf gegangen war, einen deutlichen Einbruch verzeichnen. Der Rückgang um 22.8 % ist vornehmlich auf eine deutlich geringere Nachfrage von Tagesgästen zurückzuführen, die auf der ausserordentlich schlechten Schneesituation beruht. Tagesgäste wichen vermehrt auf Nachbargebiete aus, die durch einen höheren technischen Beschneigungsanteil eine grössere Schneesicherheit boten.

### Verkehrserträge Vereinigung Bergbahnen Gstaad und Umgebung VBG

Quelle: Geschäftsbericht VBG 2006/07



# YOU

## 8. WELCOME CARD

Die Welcome Card ist ein Finanzierungs-System für die Gstaader Top Events sowie nicht periodisch stattfindende Anlässe. Per 31.10.2007 waren folgende Unternehmen und Personen Besitzer einer Welcome Card:

### Welcome Card Inhaber 2006/2007

28 Gold + 18 Silver + 34 Supporter = Total 80 Welcome Card Besitzer

NAME	VORNAME	FIRMA	ORT	CARDTYP
Annen	Walter	Chaletbau Annen	Gstaad	Silver Card
Annen	Thomas	Rieder Architektur	Gstaad	Supporter Card
Bach	Lorenz	Boutique Lorenz Bach	Gstaad	Gold Card
Bach	Marcel	Immobilien	Gstaad	Gold Card
Bach & Perreten	A. & E.	Holzbau AG	Gstaad	Silver Card
Balmer	Thomas	Adolf Krebs AG	Gstaad	Gold Card
Bangerter	Kaspar	Bangerter Gartenbau	Lauenen	Supporter Card
Baumann	Beat	Vermessungsbüro	Saanen	Silver Card
Beaud	José	Chaletbau Matti AG	Saanen	Supporter Card
Benteli Hallwag AG			Wabern-Bern	Supporter Card
Berger	Beat	BKW ISP AG	Gstaad	Gold Card
Bieri	Michael	Bieri AG Möbel/Innenausbau	Weissenburg	Silver Card
Blunzchi	Leonz	LGB Beratung	Gstaad	Supporter Card
Bohnenblust	Thomas	UBS AG	Gstaad	Gold Card
Bonfils	Jacques	Avocat	Bulle	Supporter Card
Borle und Horn	HP. & J.	Ribo Treuhand AG	Gstaad	Silver Card
Brand	Peter	Hermenjat Sport	Gstaad	Silver Card
Brunner	Matthias	Notar	Gstaad	Supporter Card
Burri	Arnold	Zimmerei & Chaletbau	Lauenen	Silver Card
Ciarulli	Mirjam	Egger Ingenieure AG	Gstaad	Supporter Card
Despontin	Jean	Chaletbau Matti AG	Saanen	Supporter Card
Egger	Walter	Ingenieurbüro AG	Gstaad	Gold Card
Frautschi		Frautschi Sports AG	Schönried	Gold Card
Frei	Thomas	Hotel Bernerhof	Gstaad	Gold Card
Gfeller-Rayroud	Samuel	Transporte	Schönried	Supporter Card
Haldi	Toni	Haldi Design AG	Schönried	Silver Card
Hauri	Martin	Rieder Architektur	Gstaad	Supporter Card
Hauswirth	Benz	Benz Hauswirth AG	Gstaad	Silver Card
Hauswirth	Gottfried	Architekt HTL/STV	Saanenmöser	Silver Card
Hauswirth	Benz	Rübdorf	Saanen	Supporter Card
Hauswirth	Hansueli	Malergeschäft	Lauenen	Supporter Card
Hefti	Ueli	Ueli Hefti GmbH	Turbach	Supporter Card
Herrmann	Bruno	Les Amis AG	Gstaad	Gold Card

NAME	VORNAME	FIRMA	ORT	CARDTYP
Iseli	Kurt	Egger Ingenieure AG	Gstaad	Supporter Card
Iseli	Markus & Stephanie		Gstaad	Supporter Card
Jaggi	Stephan	Architektur	Grund	Supporter Card
Kappeler	J.Markus	Executive Support	Gstaad	Gold Card
Kernen	Bruno	Hotel Kernen	Schönried	Silver Card
Knutti	Ruth	Grafik Center	Gstaad	Supporter Card
Kohli	Helmut	Rieder Architektur	Gstaad	Supporter Card
Kropf	Aldo	Apotheke Dr. Kropf	Gstaad	Gold Card
Longcroft/Göppert	D & M	GstaadBusiness.com	Gstaad	Gold Card
Ludi	Peter	Bau- und Möbelschreinerei	Gstaad	Gold Card
Maag	Rudolf		Binningen	Gold Card
Marti	Ernst	Chaletbau Matti AG	Saanen	Supporter Card
Matti	Christiane	Hotel Arc-en-Ciel	Gstaad	Silver Card
Matti	Walter	Chaletbau Matti Holding AG	Saanen	Gold Card
Matti	Beat	Chaletbau Matti AG	Saanen	Silver Card
Matti	Jean-Claude	Chaletbau Matti AG	Saanen	Silver Card
Matti	Ueli W.	Chaletbau Matti AG	Saanen	Supporter Card
Matti-Zoppas	Michel & Lisa	Gstaad Saanenland Tourismus	Gstaad	Supporter Card
Michel	Willy		Burgdorf	Gold Card
Niederhauser	Ernst	BKW FMB Energie	Gstaad	Gold Card
Oehrli	Lorenz	Chaletbau Matti AG	Saanen	Supporter Card
Perreten	Ueli	Zimmerei & Chaletbau AG	Gstaad	Silver Card
Reichenbach	Werner	Liegenschaftsverw.	Gstaad	Supporter Card
Steiner	Hansruedi	Molkerei Gstaad	Gstaad	Gold Card
Reuteler	Arthur	Velos + Mofas	Saanen	Supporter Card
Reuteler	Martin	Rieder Architektur	Gstaad	Supporter Card
Rieder	Max	Rieder Architektur	Gstaad	Gold Card
Romang	Christoph	Schuhhaus	Gstaad	Silver Card
Rothen	Beat	Typo Druck Rothen	Gstaad	Supporter Card
Sacchet	Alexander	Chaletbau Matti AG	Saanen	Supporter Card
Schär	H. & L.	von Allmen Elektrohuus	Schönried	Gold Card
Schmid & Lutz	L. & H.	Hotel Ermitage-Golf	Schönried	Gold Card
Schranz	Peter	Spenglerei & Taxi	Saanen	Supporter Card
Seifritz	Roger	Gstaad Saanenland Tourismus	Saanenmöser	Supporter Card
Speth	Robert	Rest. Chesery	Schönried	Gold Card
Thoenen	T. & U.	Thoenen Bauunternehmung	Gstaad	Gold Card
Von Allmen	Jürg	Saanen Bank	Saanen	Gold Card
von Grünigen	Andreas	Chaletbau Matti AG	Saanen	Supporter Card
von Grünigen	Johann Peter	Drogerie, Parfümerie, Reform	Gstaad	Silver Card
von Känel	Peter	Die Mobiliar	Gstaad	Supporter Card
Wälti	Ernst	Lüftung & Klimatechnik AG	Lenk	Gold Card
Wampfler	Fritz	Halten	Saanen	Supporter Card
Widmann	Thomas	Chalet Aurora	Gstaad	Gold Card
Würsten	Fritz	Gebr. Würsten	Gstaad	Silver Card
Zeller	Ch. & Ch.	Viva Incentives	Gstaad	Gold Card
Zwygart	Michael	Egger Ingenieure AG	Gstaad	Supporter Card
Zwyssig	Eduardo	Gstaad Saanenland Tourismus	Saanen	Supporter Card

**GSTAAD SAANENLAND TOURISMUS**

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 2008

DESIGN & DRUCK: Müller Marketing & Druck AG, Gstaad

PHOTOS: Gstaad Saanenland Tourismus, Anja Tanner



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

GSTAAD®



COME UP – SLOW DOWN

GSTAAD SAANENLAND TOURISMUS

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)

