

2021/2022

Geschäftsbericht

Gstaad Saanenland Tourismus

GSTAAD[®]
COME UP  SLOW DOWN

EINLADUNG ZUR
**HAUPTVER-
SAMMLUNG**

AM 11. MAI 2023, 20 UHR
MEHRZWECKHALLE
SCHÖNRIED
MITGLIEDER UND NICHT-
MITGLIEDER HERZLICH
WILLKOMMEN!



Inhalt

05	VORWORT
07	VORSTAND
08	GESCHÄFTSLEITUNG
09	FINANZEN, ADMINISTRATION & INFORMATIKDIENSTE
10	DESTINATIONSENTWICKLUNG & NACHHALTIGKEIT
13	DIGITALISIERUNG & INNOVATION
16	GUEST RELATIONS
18	INFRASTRUKTUREN & PROJEKTE
21	MARKETING, KOMMUNIKATION & SALES



© Destination Gstaad, Zuzana Berger



© Destination Gstaad, Nomadness

29	BILANZ
30	ERFOLGSRECHNUNG
31	DETAIL ÖFFENTLICH- RECHTLICHE ERTRÄGE
32	KOSTENSTELLENRECHNUNG
34	ANHANG ZUR JAHRESRECHNUNG
35	SAANEN BANK
36	REVISIONSBERICHT
37	GPK-BERICHT
38	TOURISMUSBAROMETER
40	LOGIERNÄCHTE
42	PROTOKOLL DER HAUPTVERSAMMLUNG 2022



GST in Kürze

Gstaad Saanenland Tourismus ist das touristische Kompetenzzentrum 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, Zweitheimische und Leistungsträger aus einer Hand
- Wir entwickeln neue Angebote und setzen strategierelevante Projekte um

Vorwort

Ein ereignisreiches Jahr

Liebe Mitglieder von Gstaad Saanenland Tourismus
Geschätzte Leistungsträgerinnen und Leistungsträger
Liebe Freunde der Ferienregion Gstaad

Auch das vergangene Geschäftsjahr war wiederum ein Spezielles. Es hat Touristiker, Eventveranstalter, Bergbahnbetreiber, Landwirte, Handwerker, Behörden und Bewohner in vielen Bereichen gefordert. Doch wir wollen und sollen uns nicht beklagen. Wenn man sich umschaute, wird einem schnell klar, dass wir auch weiterhin zu einer privilegierten Gesellschaft in einem privilegierten Land gehören. So haben wir uns das eingerichtet – könnte man meinen ... Jein, nicht ganz. Es ist jeweils entscheidend, wie man auf die äusseren Einflüsse und Rahmenbedingungen reagiert respektive wie man darauf vorbereitet ist. Vieles, gerade im Tourismus, ändert sich schnell und heftig. Das wurde uns in den drei vergangenen Jahren vor Augen geführt. Es gibt jedoch auch Situationen, in welchen eine abwartende Haltung angebracht ist, also nur nicht zu voreilig agieren.

In unserer Destination ist vieles auf Traditionen und soliden Werten aufgebaut. An ihnen können wir uns festhalten, wenn die Rahmenbedingungen etwas, wenn auch häufig nur vorübergehend, aus den Fugen geraten. Sie helfen uns, die Orientierung nicht zu verlieren und den vor langer Zeit eingeschlagenen Weg kontinuierlich weiterzugehen. Auf der anderen Seite müssen wir aufpassen, dass wir in einer sich laufend verändernden Welt am Puls der Zeit bleiben, vorausschauend handeln und uns nicht kurzfristigen Opportunitäten hingeben. Folglich ist es aus touristischer Sicht wichtig, dass anstehende (Gross-) Investitionen sorgfältig durchdacht werden und somit langfristig und nachhaltig Sinn ergeben.

Letztlich sind wir gefordert, Augen und Ohren offen zu halten und uns den kommenden Herausforderungen zu stellen. Der Weitblick hilft uns, heute die Weichen für die Zukunft richtig zu stellen. Wir sind aufgefordert, mit Tabuthemen zu brechen und Veränderung zuzulassen. Denn schlussendlich wollen wir alle dasselbe – zufriedene Gäste und für uns Einheimische eine lebenswerte Destination.

Auf den folgenden Seiten präsentieren wir Ihnen einen Auszug aus unseren Tätigkeiten im vergangenen Geschäftsjahr. Ein solch intensives und erfolgreiches Geschäftsjahr ist nur dank dem unermüdlichen Einsatz aller Mitarbeitenden von Gstaad Saanenland Tourismus möglich, denen an dieser Stelle ein grosses Dankeschön gehört.

Ein weiterer grosser Dank gehört den Leistungsträgern und Eventveranstaltern, den Gemeinden Saanen, Gsteig, Lauenen und Zweisimmen, den Dorfgemeinschaften sowie dem Hotelierverein, dem Gewerbeverein, den Bergbahnen, den Landeigentümern und der Landwirtschaftsvereinigung, mit all denen wir eine ausgezeichnete und intensive Zusammenarbeit pflegen.

Dank dieser gelebten, engen Zusammenarbeit dürfen wir auch trotz verschiedener grosser Herausforderungen positiv in die Zukunft blicken!

Wir wünschen Ihnen viel Spass beim Lesen.

Vielen Dank für Ihre wertvolle Unterstützung.



Oliver Waser, Vorstandspräsident



Flurin Riedi, Tourismusdirektor



Tätigkeitsbereiche

Vorstand

Oliver Waser, Präsident

Mit Vertretern aus Hotellerie, Gewerbe, Politik, Tourismus, 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 tagte im vergangenen Jahr sechsmal und überwachte die touristische Entwicklung in der Destination. Mit dabei sind jeweils der Tourismusdirektor, die Leiterin Finanzen sowie punktuell Mitglieder der Geschäftsleitung. Der Präsident und der Tourismusdirektor 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 2021/2022 trat Matthias Oehrli aus dem Vorstand zurück. Neu in den Vorstand gewählt wurde Heidi Schopfer aus Saanen als Vertreterin der Landwirtschaft. Die Ressortverteilung innerhalb des Vorstands ist aufgrund ihrer spezifischen Fachkompetenzen aufgeteilt.

VORSTAND (STAND 31.12.22)

- **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
- **Heidi Schopfer**, Vorstandsmitglied seit 2022
Landwirtschaft und lokale Bevölkerung
- **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 2016
- **Patrick Welten**, Vizepräsident seit 2021
- **Pascal Bangerter**, Mitglied seit 2019
- **Tom Schild**, Mitglied seit 2022
- **Nathanael Perreten**, Mitglied seit 2021

Geschäftsleitung

Flurin Riedi, Tourismusdirektor

Die Geschäftsleitung führt die Tourismusorganisation als Destinationsmanagementorganisation (DMO) und stärkt damit die Destination Gstaad in ihrer touristischen Entwicklung.

Die Geschäftsleitung bestehend aus dem Tourismusdirektor, der Leiterin Finanzen sowie der Leiterin Marketing & Kommunikation ist zusammen mit den Kadermitgliedern der verschiedenen Bereiche für die operative Führung von Gstaad Saanenland Tourismus zuständig. Sie setzt die Aufgaben mittels des Betriebskonzepts, des Projektplans und des Budgets im Abgleich mit 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

Unternehmensentwicklung

Als offizielle Destinationsmanagementorganisation der Region Gstaad setzen wir uns für die regionale Angebotsentwicklung ein, verantworten das Destinationsmarketing und betreiben neben den 8 Tourismusbüros in den Gemeinden Gsteig, Lauenen, Saanen und Zweisimmen auch diverse touristische Infrastrukturanlagen. Neben dem Support der Leistungsträger durch aktiven Austausch und Weitergabe von Fachkompetenz, vernetzt Gstaad Saanenland Tourismus die verschiedenen Akteure entlang der touristischen Dienstleistungskette.

Im Zusammenhang mit der Rückintegration des Bereichs Destinationsmarketing zu Gstaad Saanenland Tourismus wurden im vergangenen Geschäftsjahr diverse Prozesse optimiert und angepasst, um neben einer hohen Kosteneffizienz auch die grösstmögliche Effektivität der umgesetzten Massnahmen und Projekte garantieren zu können. Ganz bewusst setzen wir dazu auf eine gelebte flache Hierarchie und die Förderung der einzelnen Mitarbeitenden.

Dorforganisationen

Wie bei einem Haus ist auch im Tourismus ein starkes Fundament von zentraler Bedeutung. Ein wichtiger und bedeutender Bestandteil dieses Fundaments sind die Dorforganisationen mit ihren Vorständen und Mitgliedern. Neben den vielen durch die Dorforganisationen organisierten Veranstaltungen, Märkten und Feierlichkeiten wurde auch im vergangenen Geschäftsjahr grossen Wert auf authentische Dorfbilder und ein funktionierendes Dorfleben gelegt. Was uns besonders freut, ist die geplante Gründung der Dorforganisation Zweisimmen mit der in diesem Zusammenhang stehenden Vollintegration von Zweisimmen in die Strukturen von Gstaad Saanenland Tourismus. Übrigens, was jahrein, jahraus von den Dorforganisationen in grosser

Fronarbeit geleistet wird, können Sie den jeweiligen Jahresberichten, welche auf der Website www.gstaad.ch aufgeschaltet sind, nachlesen.

Standortbestimmung

Für eine Destinationsmanagementorganisation wie Gstaad Saanenland Tourismus (GST) ist es entscheidend, die Art, das Verhalten, die Motivation und die Zufriedenheit der Gäste zu kennen, um sowohl Marketingmittel effizient einzusetzen als auch die Destination langfristig evidenzbasiert entwickeln zu können. In der Destination Gstaad fanden letztmals im Winter 1999/2000 und im Sommer 2001 systematische destinationsspezifische Gästebefragungen statt. Nach 20 Jahren haben wir in Zusammenarbeit mit der Forschungsstelle Tourismus der Universität Bern im Sommer 2022 und Winter 2022/2023 wiederum eine Gästebefragung durchgeführt. Die Umfragen bauen auf den letzten systematischen Gästebefragungen im Winter 1999/2000 und im Sommer 2001 auf, die durch die Vorgängerinstitution der Forschungsstelle Tourismus, dem Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus, durchgeführt wurden.

Die Studie umfasst unter anderem folgende Kernfragen:

- Wie setzen sich die verschiedenen Gästesegmente im Sommer/Winter zusammen? (Herkunft, Alter, Beruf, Anreiseart, Aufenthaltsdauer, Häufigkeit des Besuchs, Logis, etc.)
- Weshalb wurde die Destination Gstaad Saanenland für den aktuellen Aufenthalt ausgewählt?
- Welches sind die Haupt- und Nebenaktivitäten der Sommergäste (Wintergäste)?
- Welches sind die besonderen touristischen Sommerattraktionen (Winterattraktionen) der Destination Gstaad und wie werden diese von den Gästen bewertet?
- Wie gross ist die Gästezufriedenheit? Wie werden die Stärken und Schwächen von den Gästen eingeschätzt?

Die Ergebnisse dieser Umfragen dienen einerseits der Geschäftsleitung als Grundlage für die Aktivitätenplanung von Gstaad Saanenland Tourismus und werden andererseits auch bei der nächsten Überarbeitung der Destinationsstrategie einfließen. Die Kurzberichte dieser Gästebefragungen sind ebenfalls auf der Website www.gstaad.ch aufgeschaltet.

**Berichte & Reglemente
im Überblick**



Finanzen, Administration und 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 der Abwicklung des Zahlungsverkehrs erledigt das Team die folgenden Arbeiten:

- Finanz- und Betriebsbuchhaltung
- Finanzen und Administration Gstaad Marketing GmbH
- Finanzen und Administration STATION
- Inkasso der Kurtaxen sowie Tourismusförderungsabgabe im Auftrag der Gemeinden Saanen, Gsteig, Lauenen und Zweisimmen
- Abrechnung der Ticketverkäufe
- Personaladministration von 50 Mitarbeitenden
- Hauptverantwortung für die 6 Lernenden (Berufsbildung)
- Informatik

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

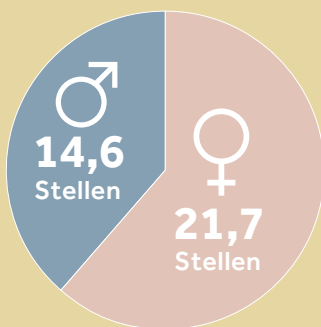
UNSER TEAM FÜR SIE IM EINSATZ!

- Andrea Riggenbach
- Monika Marti
- Melina Reuteler
- Petra Ueltschi



60%

Weibliche Mitarbeiter



36,3
Stellen Total



40%

Männliche Mitarbeiter



GiftCard

1989
Verkaufte Giftcards

318'950
Umsatz in CHF

284'645
Bezüge in CHF

Destinationsentwicklung & Nachhaltigkeit

Patrick Bauer, Leiter Destinationsentwicklung & Nachhaltigkeit

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 seit Oktober dreiköpfige Team analysiert und beobachtet Trends, den Tourismus im Allgemeinen und die Situation in der Region als Entscheidungsgrundlagen. Wir verfolgen dabei

ganzheitliche Lösungen mit hoher Umsetzungsqualität und nachhaltiger Wertschöpfungssteigerung für die Region. Die Stärkung der Vor- und Nachsaison ist dabei ein ganz wichtiger Faktor. 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.

GSTAAD NACHHALTIGER

In diesem Jahr haben wir uns stark auf die Entwicklung der Nachhaltigkeit im Betrieb und der gesamten Destination konzentriert. Als Destination streben wir nach einem ausgewogenen Verhältnis zwischen Pflege und Weiterentwicklung und tragen Sorge zu Landschaft, Natur, Kultur und Lebensqualität. Dabei sind wir uns unserer Ausgangslage, wie zum Beispiel auch dem vorhandenen Luxustourismus, bewusst. Diese Herausforderung sehen wir aber auch als Chance. «Gstaad nachhaltiger» ist der Weg, den wir eingeschlagen haben. Dabei geht es weniger um Perfektion als um eine gesamtliche und langfristige Auseinandersetzung mit dem Thema.

Unsere vier Hauptprojekte waren:

1. Bereich Management:

- Entwicklung Konzept
- Aufbau transparente Kommunikation
- Nachhaltigkeits-Kolumne
- Durchführung Swisstainable Infotag
- Durchführung CleanUp Days
- Durchführung Trail-Keeper-Tag
- «Einfach mal abschalten»-Aktion

2. Bereich Umwelt:

Stärkung nachhaltige Mobilität mit ÖV inkl. ab Mai bis Oktober in Gstaad Card

3. Bereich Wirtschaft:

Stärkung der regionalen Kreislaufwirtschaft mit dem Projekt «Gstaad.Regional.Echt»

4. Bereich Sozial:

Verbesserung der Kommunikation für barrierefreies Reisen im Rahmen der OK:GO-Partnerschaft



CleanUp Days 2022

TOURISMUS AKADEMIE GSTAAD

Im Rahmen der Tourismus Akademie Gstaad organisierten und führten wir verschiedene Informationsveranstaltungen und Schulungen für die Leistungsträger der Destination Gstaad durch:

- | | |
|---------------------|---|
| 17. Mai | Kick-Off Sommer |
| 5. Juli | Gym Interlaken/Gstaad Tourismusschulung |
| 1. November | Runder Tisch Mountainbike |
| 8. Dezember | Swisstainable & Gstaad nachhaltiger |
| 13. Dezember | Winter Kickoff & Bustour |

UNSER TEAM FÜR SIE IM EINSATZ!

- Patrick Bauer
- Katrin Espiasse
- Stefan Rhyn

SPORT- UND FREIZEITKOORDINATION

Seit Anfang 2022 übernimmt GST von der Gemeinde Saanen im Mandat die Aufgabe der Sport- und Freizeitkoordination. Die Sport- und Freizeitkoordinatorin ist Ansprechperson und Koordinatorin der Zusammenarbeit der im Bewegungs-, Sport- und Freizeitbereich tätigen Partner und Gäste. Sie soll die Förderung und Realisierung von Bewegungs-, Sport- und Freizeitangeboten für Bevölkerung und Gäste vorantreiben. Dank der Vernetzung mit den Behörden, Schulen, Vereinen, kommerziellen Anbietern und weiteren Partnern sollen Anlässe noch besser koordiniert, die Anlagebenutzung optimiert und neue Angebote geschaffen werden. So sollen Mehrwerte, sowohl für die Bevölkerung und die Gäste als auch die involvierten Partner entstehen.

Im ersten Jahr ging es vor allem um den Aufbau der Stelle und die Sammlung erster Erfahrungen. Dabei wurde bereits in mehreren Projekten die Koordination zwischen den verschiedenen Partnern übernommen (z.B. Deux im Schnee oder Saani's Familienprogramm).



© Switzerland Tourism, André Meier

Förderung des Rennrad-Angebotes



© Switzerland Tourism, André Meier

Förderung des Bikesport-Angebotes



Deux im Schnee

MOUNTAINBIKE-ANGEBOTE

Auch in der Entwicklung des Bikesports konnten ein paar wichtige Fortschritte erzielt werden. Die gute Zusammenarbeit mit den Gemeinden bezüglich Optimierungen von Wegen ermöglichte weitere Massnahmen auf viel befahrenen Wegen.

Bei den Horneggli Mountainbike-Trails konnte, nach sehr langer Planungsphase, zusammen mit der BDG, mit der Eingabe des Berichtes zur Überbauungsordnung Nr. 88 «Tourismusebiet Saanenmöser-Schönried: Änderung Seilbahnen und MTB-Trails Horneggli-Hornberg» beim Kanton endlich ein weiterer wichtiger Schritt gemacht werden. Nach Bereinigungen der Rückmeldungen der Ämter soll noch in diesem Jahr die Auflage der Überbauungsordnung erfolgen. Ziel ist es immer noch, im Jahr 2024 mit dem Bau der ersten Trails zu beginnen.

Leider konnten bezüglich Bikeroutenplanung im Jahr 2023 keine konkreten Fortschritte erzielt werden. Wir warten immer noch auf die Weiterbearbeitung durch den Kanton. Dieser will jedoch zuerst die Anpassung des Strassengesetzes abwarten. Dieses ist aktuell auf 2024 vorgesehen.

Bis zu diesem Zeitpunkt engagieren wir uns stark als Initiator und Tourismusvertreter im Vorstand von BEBike. Die Interessengemeinschaft Mountainbike Kanton Bern setzt sich dafür ein, dass im Kanton Bern bedürfnisgerechte Bikeangebote umgesetzt werden können.



Seit August 2022 sind wir Mitglied des Swisustainable Program und auf Level 1 «committed» eingestuft.

Bis Ende 2024 möchten wir mindestens das Level 2 «engaged» erreichen.

Mehr Infos auf
www.gstaad.ch/nachhaltiger





© Destination Gstaad, Yannick Romagnoli

Mit dem Saani-Express unterwegs

**Saanis Geschichten
auf der Soundcloud**








© Destination Gstaad, Yannick Romagnoli

Saaniland erleben

SAANILAND

Im Saaniland, dem Familienangebot der Destination Gstaad, konnten wir in diesem Jahr ein paar Neuerungen umsetzen. So wurde das Saanis Familienprogramm ins Leben gerufen. Während der Sommer- und Herbstferienzeit der Familien, hatten Kinder die Möglichkeit am Saanis Familienprogramm teilzunehmen. Es wurde in den Wochen gemeinsam gebacken, Rothirsche beobachtet, getanzt, der Ranger am Lauenensee begleitet, die Käsegrotte besucht, Kids Yoga gemacht, ein Musikinstrument entdeckt, Geschichten gehört, eine Bachwanderung gemacht oder ein Cocktail gemixt.

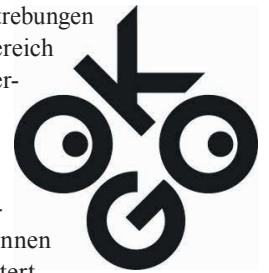
Mit der Eröffnung der Erlebniswelt durch die Alpenruhe wurden auch die letzten Stationen des Klangerlebnisses umgesetzt und können jetzt als definitiv umgesetzt angesehen werden.

Um Saani noch erlebbarer zu machen, produzieren wir neu auch spezielle Saani Geschichten. Diese sind zum Beispiel während der Wispile Gondelfahrt via QR-Code abrufbar und machen diese zu einem einmaligen Erlebnis. Die nächste Geschichte ist bereits in Entwicklung und erscheint im Sommer 2023.

Um das Rahmenerlebnis zu erweitern haben wir in unserem Boutique Shop das Saani Plüschtier eingeführt. So können die Kinder ihr Lieblingsmaskottchen auch zu Hause herzen und sich auf die nächsten Ferien im Saaniland freuen.

BARRIEREFREIER TOURISMUS

Im Rahmen unserer Nachhaltigkeitsbestrebungen möchten wir uns auch im sozialen Bereich engagieren. Im Rahmen der Partnerschaft mit OK:GO erfassten wir Informationen zur Zugänglichkeit von rund 50 Betrieben in der Region. Damit wird die Reiseplanung für Menschen mit Behinderungen, Senior:innen und Familien mit Kleinkindern erleichtert.



PRODUKTMANAGEMENT

Mit der Neuorganisation des Marketings hat sich auch der Bereich Destinationsentwicklung und Nachhaltigkeit verändert. So sind wir unter anderem auch für verschiedene Produktmanagement-Aufgaben verantwortlich. Produktspezifische Texte, Bilder, etc. werden von uns erarbeitet und für den Bereich Marketing aufbereitet.

Im vergangenen Geschäftsjahr haben wir:

- Zehn Gravelbike Touren neu erfasst
- Die bestehenden e-MTB Touren mit acht neuen erweitert
- Schweiz Tourismus Frauen Kampagne: Rennrad Film- und Fotoshoot organisiert und koordiniert
- Drei Saaniland Medienreisen begleitet

Digitalisierung & Innovation

Ronnie Oehrli, Leiter Digitalisierung & Innovation

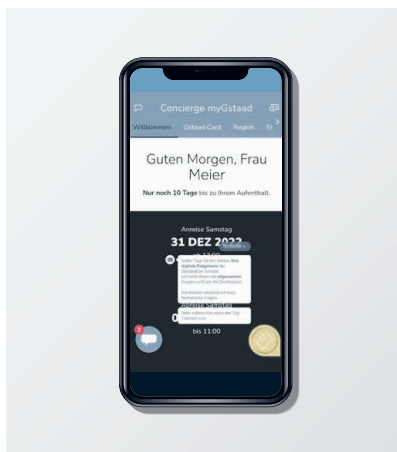
Die Digitalisierungsoffensive Gstaad onLine wurde im November 2019 gestartet und umfasst eine Vielzahl von Teilprojekten. Nachfolgend die aktuellen Teilprojekte für das Berichtsjahr.

CHATBOT

Seit Sommer 2022 empfängt auf der Webseite gstaad.ch eine neue Chatfunktion die Gäste unserer Region. Der digitale ChatBot Sarina erlaubt das Chatten mit einem technischen System rund um die Uhr und kann nahezu für alle touristischen Fragen die bestmögliche Antwort und nützliche Informationen liefern. In ein Textfeld können Fragen zu den Betriebszeiten, für Ausflugstipps oder zur Anreise gestellt werden. Mit festgelegten Regeln anhand von Schlüsselwörtern oder mithilfe künstlicher Intelligenz erhalten die Gäste anschliessend eine passende Antwort. Nicht beantwortete Fragen werden im Hintergrund bearbeitet, damit sie beim nächsten Mal korrekt beantwortet werden können. Sarina versteht Fragen auf Deutsch, Englisch und Französisch. Viel Spass beim Chatten!

CONCIERGE MYGSTAAD

Die Concierge-myGstaad-App ist der digitale Ferienbegleiter für den Gast. Der Gast erhält den Link zum Concierge myGstaad beim Bezug der Gstaad Card. Bewusst wurde auf eine progressive WebApp (PWA) gesetzt. Zur Erklärung: Die PWA unterscheidet sich zu einer nativen App darin, dass diese im Grunde eine auf Mobilgeräte optimierte Webseite ist und nicht in einem App-Store runtergeladen werden muss. Im Concierge myGstaad hat der Gast die komplette Destination während seines Aufenthalts mit dabei. Von den Öffnungszeiten der Bergbahnen und Gastronomiebetriebe, den Veranstaltungen bis zur Gstaad Card mit Onlineshop. Alles in einer Hand bzw. auf seinem Mobiltelefon.



Concierge myGstaad



Chatbot

OPTIMIERUNGEN GSTAAD CARD PROZESS

Auf den Winter 2021/2022 wurde ein Rebranding der Gstaad Card umgesetzt. Die Gstaad Card hat ein eigenständiges Logo erhalten. Parallel wurde für die Sommersaison 2022 der Ausstellungsprozess für den Gast weiter optimiert und bei einigen Hotels, Ferienwohnungen sowie Bed&Breakfast als Pilotbetriebe umgesetzt. Die Erkenntnisse aus dem Sommer wurden gemeinsam mit den Pilotbetrieben im Herbst analysiert und der Systemhersteller wird sein Produkt entsprechend final anpassen. Das Roll-Out wird für den Sommer 2023 umgesetzt.

AUSBLICK

Als Hauptprojekt im Geschäftsjahr 2023 steht der Relaunch der Website, mit einem geplanten Go-live im Oktober/November 2023, an. Dieser Relaunch erfolgt gemeinsam mit der Lenk-Simmental Tourismus AG und der TALK (Tourismus Adelboden-Lenk-Kandersteg) AG, d.h. wir nutzen die Synergien (Ressourcen und Budget) und werden einen gemeinsamen Content Hub (Datenplattform) sowie ein Contentmanagementsystem im Hintergrund aufbauen. Das Frontend, welches der Gast sieht, wird im Design der jeweiligen Destination ausgestaltet sein.

ERKENNTNISSE

Das Projekt Gstaad onLine kann nur erfolgreich umgesetzt werden, wenn die Interessen und Bedürfnisse der Leistungspartner im Projekt maximalst berücksichtigt werden können. Sie tragen einen grossen Teil zur Lösung bei.

UNSER TEAM FÜR SIE IM EINSATZ!

- Ronnie Oehrli
- Alena McCarthy
- Madlen Carini
- Stefan Meier

Unsere Digitalisierungsinitiative «Gstaad onLine» und seine Teilprojekte



 ERLEDIGT  IN ARBEIT

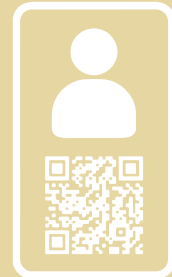
Gstaad Card in Zahlen



66'360
Pageviews



2,05 min
Aufenthaltsdauer



44'655
Gstaad Cards



2



1



3

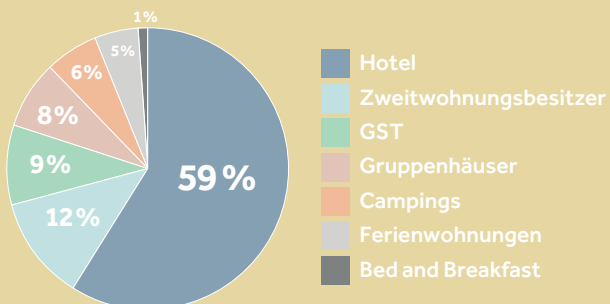
TOP NACHGEFRAGTE ERLEBNISSE

1. ÖV
2. Bergerlebnisse
3. Schwimmbäder

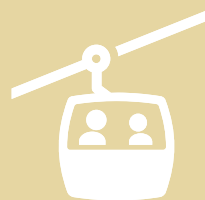


80
ERLEBNISSE

AUSGESTELLTE GSTAAD CARDS NACH TYP UNTERKUNFT



80%
NUTZUNG ÖV



40%
NUTZUNG
BERGBAHNEN

Guest Relations

Olivia Schwenter, Jasmin Rüesch & Marlis von Grünigen; Leiterinnen Guest Relations ad interim

Als erste Ansprechperson für Gäste und Einheimische hat unser Guest Relations eine sehr hohe Bedeutung.

In den Tourismusbüros Gstaad, Saanen, Schönried sowie in den extern geführten Infostellen in Lauenen, Gsteig, Turbach, Saanenmöser, Abländschen und Zweisimmen ist die Abteilung Guest Relations für die Betreuung und Information unserer Gäste und Einheimischen zuständig. Der Verkauf von Souvenirs sowie Ski- und Eventtickets, dazu die Beratung zu Wander- und Bikewegen, Öffnungszeiten von Bergbahnen, Unterküften, Gastronomien und Geschäften sowie Informationen zu verschiedenen Aktivitäten, gehören am Schalter zu den Kernaufgaben. Im Backoffice werden alle Anrufe und E-Mails beantwortet oder an die zuständigen Abteilungen zur Bearbeitung weitergeleitet. Zusätzlich laufen die Reservationen von Hotels, Bed & Breakfast und Ferienwohnungen sowie die Beantwortung von Fragen der Vermieter und Gäste zur Gstaad Card über diese Abteilung.

Die Covid-Situation hat sich im letzten Jahr beruhigt, jedoch sind die Herausforderungen an das Guest-Relations-Team nicht weniger geworden: Der Krieg in der Ukraine, welcher eine Unsicherheit in ganz Europa verursacht hat, sowie die befürchtete Energiekrise und die gestiegenen Preise, sei es Benzin, Diesel oder auch von verschiedenen Nahrungsmitteln. Es gab viele verunsicherte Gäste, Einheimische, Leistungsträger sowie Vermieter, welche sich immer wieder bei uns erkundigt und um Rat gebeten haben.

TOURISMUSBÜRO SCHÖNRIED & GSTAAD

Das Tourismusbüro Schönried ist seit dem 1. Dezember 2022 an seinem neuen Standort an der Dorfstrasse 61. Die Entscheidung, den Standort zu wechseln, hatte mehrere Gründe, vor allem waren es die Räumlichkeiten im Bahnhofgebäude, welche nicht mehr optimal waren. Zusätzlich hat die Saanen Bank ihre Bankschalter in Schönried, wie auch bereits an anderen Standorten, modernisiert, was für uns die Möglichkeit ergab, ein sehr schönes und helles Tou-

rismsbüro einzurichten, welches für die Gäste und Einheimischen einladender ist und für die Mitarbeiter angenehmer zum Arbeiten. Somit ist ein kleines Dienstleistungszentrum entstanden, welches für alle einen Mehrwert bringt.

Auch im Dezember 2022 wurde das Schaufenster im Tourismusbüro Gstaad neu gestaltet, dies um die Attraktivität zu steigern und somit auch mehr Gäste hereinzulocken.

WOCHEN-TIPP

Seit dem 7. November 2022 wird neu der Wochen-Tipp an alle Leistungsträger der Destination versendet. Die Inhalte werden vom Guest-Relations-Team zusammengestellt und durch die Marketingabteilung in ein schönes und übersichtliches PDF umgesetzt. Die Idee dieses Wochen-Tipps ist, dass an die Gäste, sei es von einem Hotel, Bed & Breakfast, Gruppenhaus oder auch Ferienwohnung, Ideen abgegeben werden können, was alles in der Destination Gstaad erlebt werden kann. Es freut uns zu sehen, dass viele Partner dieses Dokument in ihre Kommunikation aufgenommen haben und durchwegs positive Rückmeldungen eingehen. Klar ist, dass dieser Wochen-Tipp fortlaufend optimiert wird, sei es, diesen auch in weiteren Sprachen anzubieten oder die Darstellung zu perfektionieren. Falls auch Sie diesen Wochen-Tipp gerne erhalten möchten, dürfen Sie sich gerne unter info@gstaad.ch melden, damit wir Ihre E-Mail-Adresse hinterlegen können.

LEITUNG GUEST RELATIONS

Nach dem Abgang unserer Leiterin Guest Relations stand das Team vor einer neuen Herausforderung. Da es auch für uns eine Herausforderung ist, gutes Fachpersonal zu rekrutieren, haben sich drei Mitarbeiterinnen trotz der Mehrbelastung zur Verfügung gestellt, das Team ad Interim zu führen. Es war für das ganze Team eine Challenge, welche wir jedoch gut gemeistert haben. Ab dem 1. Mai 2023 wird Andrea Mende die Leitung neu übernehmen.



Gästerberatung im Tourismusbüro Gstaad



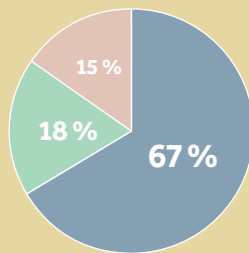
Tourismusbüro Schönried



81'070

Schalterkontakte Total

KUNDENKONTAKTE



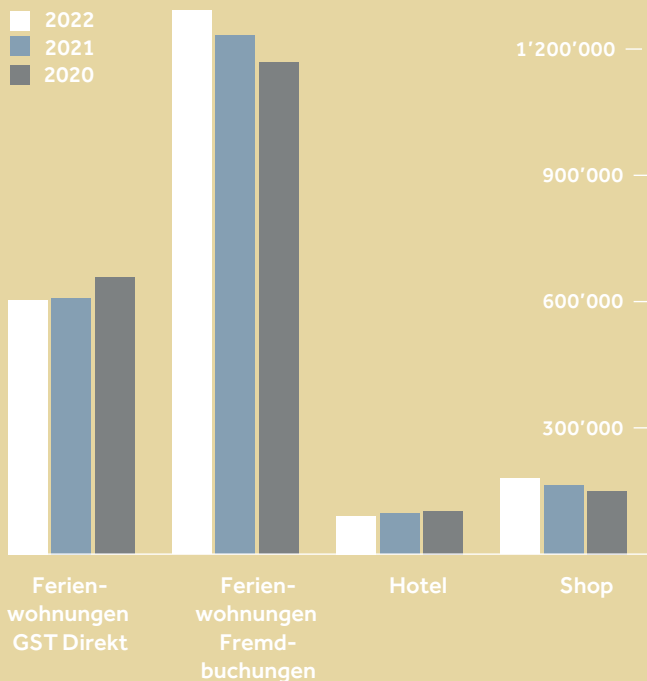
■ Gstaad
■ Schönried
■ Saanen



37'141

Verkaufte Tickets

UMSATZ BUCHUNGEN TEILBEREICHE



UMSATZ BUCHUNGEN TOTAL



2020

CHF 2'078'575

2021

CHF 2'100'474

2022

CHF 2'166'168

UNSER TEAM FÜR SIE IM EINSATZ!

- Ana-Maria Esposito
- André Sousa
- Angel Benito
- Ariane Jungi
- Daniel Schmid
- Hans-Peter Dänzer
- Inna Feller
- Jasmin Rüesch
- Jasmin Weyl
- Jolanda Romang
- Kathrin Hauswirth
- Lara Marti
- Marlis von Grünigen
- Martina Romang
- Milena Schwizgebel
- Nicole Buchs
- Olivia Schwenter
- Raphaela Trummer
- Rebekka Ballif
- Susana Fantone

Infrastrukturen & Projekte

Jan Brand, Leiter Infrastrukturen & Projekte

Im Februar durfte Jan Brand die Abteilung Infrastrukturen & Projekte von Michel Zysset mit einem äusserst motivierten und erfahrenen Team übernehmen. Seit April verstärkt Mike Haldi als Projektleiter das Team.

SOMMER

Im Sommer konnten wir uns einen Überblick über die vielfältigen Tätigkeiten und unzähligen grösseren und kleineren Infrastrukturen von Gstaad Saanenland Tourismus verschaffen. Im Zentrum stand vor allem, die bestehenden Infrastrukturen kritisch zu überprüfen und im Sinne unseres hohen Qualitätsanspruchs auf Vordermann zu bringen. Bei 600 Ruhebänken, 22 Grillstellen, 7 Spielplätzen, Erlebniswegen, Fondue Caquelons und Hüttli etc. gibt es immer etwas zu tun, um das Ganze in Schuss zu halten! Dementsprechend ist der Unterhaltsaufwand in diesen Bereichen auch gestiegen und wird mit jeder zusätzlichen Infrastruktur auch in Zukunft weiter steigen.

WINTER

Gerne blicken wir zurück auf den Winter 2021/2022. Eine geschlossene Schneedecke von November bis März erleichterte die Arbeit draussen auf unseren Langlaufloipen und Winterwanderwegen erheblich. Mit einem Durchschnitt von 62 km geöffneten Loipen pro Tag über drei Monate konnten wir einen absoluten Spitzenwert im Vergleich zu den letzten Jahren erreichen. Nach einer Umsatzsteigerung im Pandemiewinter um 35% konnte auch im Winter 2021/2022 der Umsatz noch einmal leicht gesteigert werden, dies bedeutete einen Zuwachs von Langläufern um mehr als ein Drittel in den letzten zwei Jahren!

Um die Schneesicherheit zu erhöhen, wurde weiter in die Beschneiungsanlage der Loipen Schönried-Saanenmöser investiert. Der Anlagenpark wurde mit einer dritten Lanze ergänzt, um die kurzen Beschneifenster noch besser auszunützen. Ebenfalls wurden verschiedene Optimierungen in der Schneeverteilung gemacht. Auch trotz eines stabilen Winters wäre es sonst nicht möglich gewesen, im Gebiet Saanenmöser-Schönried die Loipen auf einem ansprechenden Qualitätslevel zu halten und bis Ende März zu betreiben.

PROJEKTE

Umgesetzt wurden im letzten Sommer ein paar kleinere Projekte wie ein Genussplatz im Gfell, Grillstelle Arnen-see, Saanis Sandkasten, Fertigstellung der Erlebniswege, Sanierung Schlittelweg/Winterwanderweg Wispile-Gsteig und weitere kleinere Projekte. Grössere Projekte wurden während des letzten Jahres ausgearbeitet und sind mittler-

weile bereit zur Ausführung für den Sommer 2023. Dabei handelt es sich um die Spielplätze in Schönried und Litzli Gstaad, Genussplatz und Grillstelle in Lauenen, Destinationssignaletik sowie diverse kleinere Projekte.

Im Weiteren wurden verschiedene konzeptionelle Arbeiten von der Abteilung Infrastrukturen ausgearbeitet. Dabei waren unter anderen das Projekt «Naturnaher Tourismus Lauenen», «Lernparks» und natürlich die Finalisierung der «Überbauungsordnung Schönried-Saanenmöser». Solche grossen Projekte sind sehr zeitintensiv, unzählige Sitzungen, Gespräche und administrativer Aufwand sind erforderlich, bis diese dann auch wirklich umgesetzt werden können. Des Weiteren sind konzeptionelle Arbeiten für den «Naturnahen Tourismus Abländschen», «Entwicklungsraum Saanenmöser», «Beschneiungsanlage Schönried» und «Chalettoi» in Planung.

MITARBEITER

Die Mitarbeiter der Abteilung Infrastrukturen & Projekte sind mit viel Herzblut bei Wind und Wetter draussen unterwegs. Mit ihrem unermüdlichen Einsatz gewährleisten sie jederzeit einen guten Zustand der Infrastruktur. Im Winter zählen um die 30 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zum Team von Gstaad Saanenland Tourismus während im Sommer das Team aus 7 Personen besteht, darunter auch 2 Ranger.

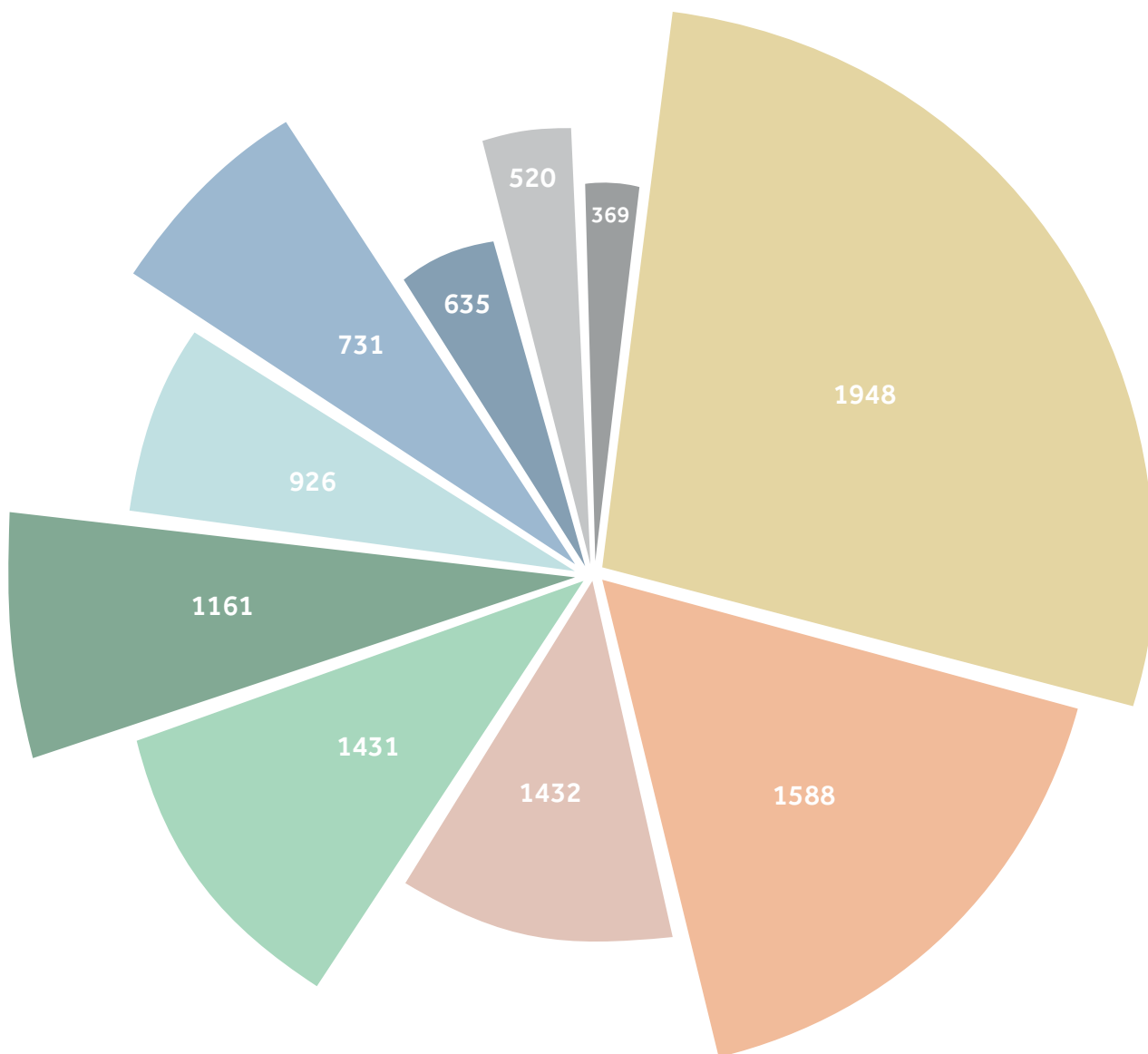


Technische Beschneigung Langlaufloipe Schönried-Saanenmöser

UNSER TEAM FÜR SIE IM EINSATZ!

- Jan Brand
- Lukas von Siebenthal
- Markus Schwizgebel
- Michael Haldi
- Peter Bärtschi
- Peter Oehrli
- Silvan Sumi
- Toni Ryter
- Erich Käser
- Patrick Westemeier
- Mario Hählen

Top 10 Arbeitsstunden



- Langlaufloipen
- Grillplätze / Holzsägen
- Winterwanderwege
- Werkstatt
- Spielplätze
- Fahrzeuge / Maschinen / Werkzeuge
- Technische Beschneigung
- Ruhe-Bänke
- Projektarbeit
- Ranger Lauenen

13'381
Mitarbeiterstunden Total



© Destination Gstaad, Yannick Romagnoli
Winterwunderland Saaris Saanenmöser



© Destination Gstaad, Yannick Romagnoli
Langlauf Schönried – Saanenmöser



© Destination Gstaad, Yannick Romagnoli
Langlauf Schönried – Saanenmöser



© Destination Gstaad, Yannick Romagnoli
Feuerstelle Horneggli



© Destination Gstaad, Yannick Romagnoli
Langlauf Schönried – Saanenmöser



Ausstecken der Winterwanderwege



Saanis Sandkasten



Neue Grillstelle Arnensee

Marketing, Kommunikation & Sales

Ariane Ludwig-Meichtry, Leiterin Marketing & Sales

Ein turbulentes Jahr liegt hinter uns mit der Rückintegration des Marketings in Gstaad Saanenland Tourismus und der damit einhergehenden Neustrukturierung und der Weiterführung der Kommunikations- und Verkaufsmassnahmen mit stark eingeschränktem Budget.

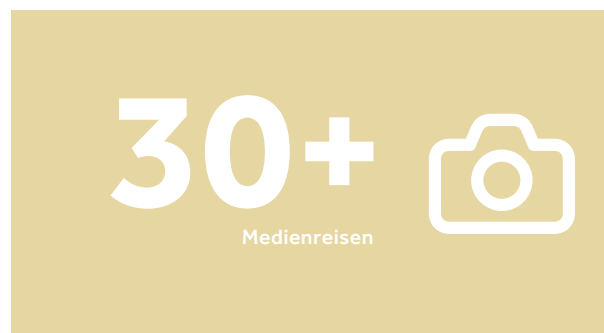
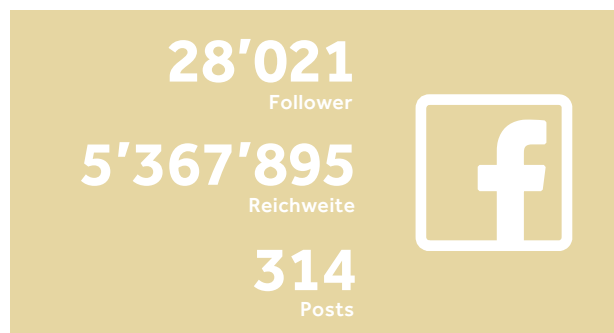
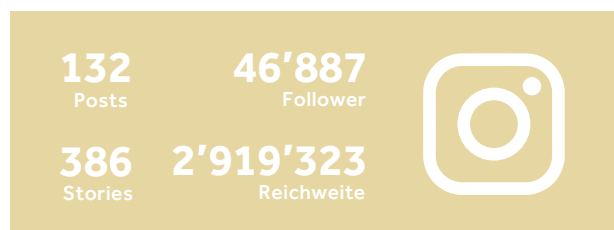
Das Destinationsmarketing mit den Abteilungen Destinationsentwicklung und Infrastrukturen mit Fokus auf der Entwicklung neuer-, Weiterentwicklung bestehender Angebote sowie Pflege der Infrastruktur bis zur Abteilung Digitalisierung mit der Implementierung von digitalen Plattformen, sind wichtige Pfeiler im Zusammenspiel mit der Marketingabteilung. Schlussendlich werden die Erlebnisse durch das Marketing in die Welt kommuniziert. Die enge Zusammenarbeit mit der Bergbahnen Destination Gstaad AG sowie das

Zusammenspiel mit unseren Leistungsträgern ist und bleibt das A&O für eine erfolgreiche Marketing-Arbeit.

Wir tragen die Destination Gstaad mit all seinen Angeboten, Leistungsträgern und Erlebnissen nach aussen. Ziel ist es, zu inspirieren und Gäste in unsere schöne Destination zu bringen. Wir wollen Wertschöpfung für die gesamte Region generieren. Daher ist es wichtig, dass wir beim Gast präsent sind, wenn er/sie seine/ihre Feriendestination für seine/ihre nächste Winter- oder Sommerauszeit aussucht. Jede Destination im In- und Ausland kämpft um den gleichen Gast und der Marketingfranken soll gut investiert sein.

Eine Übersicht über unsere Marketingaktivitäten und Kennzahlen des vergangenen Jahres finden Sie nachfolgend:

Marketing-Kennzahlen auf einen Blick:



UNSER TEAM FÜR SIE IM EINSATZ!

- Ariane Ludwig
- Ann-Julie Tritten
- Claudia Tschudin
- Dan Müller
- Katrin Haldi
- Mike von Grünigen
- Nikola Ludescher
- Selina Riegert

Unsere Marketingaktivitäten

BASISKOMMUNIKATION

Die Basiskommunikation über Plakate (regional und lokal), diverse Broschüren und Faltkarten sowie über unsere Webseite www.gstaad.ch sind in der Ansprache an unsere Gäste sowie Einheimischen ebenso wichtig wie die Kommunikation über unsere monatlichen Gäste- und Partnernewsletter.



Standortmarketing: Plakate lokal und regional

SALES

In Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus und diversen Leistungsträgern haben wir vom 4. bis 6. September den Switzerland Travel Market - Luxury Edition (STML) durchgeführt. Wir konnten 39 Einkäufer und 39 Vertreter aus Hotellerie, Transportunternehmen und Destinationen bei uns begrüßen. Die Teilnahme am Switzerland Travel Market – Snow Edition in Zermatt mit vier weiteren Leistungsträgern sowie des Pre-Famtrips mit sieben Reiseagenten in unserer Destination waren einige der Höhepunkte im Winter.



© Switzerland Tourism, André Meier

Verkaufsaktivitäten: STML in Gstaad

SOCIAL MEDIA & DIGITALE KAMPAGNEN

Die Anzahl Follower konnten wir auf allen drei bespielten Kanälen (FB, Instagram und LinkedIn) trotz stark reduziertem Werbebudget ausbauen. Mehr Inhalte für unsere User lag zusammen mit den digitalen Kampagnen im Fokus. Punktuelle Einsätze von Influencern, hauptsächlich aus der Schweiz, haben die Erhöhung der Reichweite und der Anzahl Follower unterstützt.



Kommunikation über Social Media Kanäle

SOCIAL-MEDIA-ZUWACHS

Wir freuen uns einen erfreulichen Zuwachs unserer Follower auf unseren Social Media Kanälen zu verzeichnen:

	2022	%
f Facebook	28'021	+ 3%
@ Instagram	46'887	+ 11%
in LinkedIn	2'548	+ 41%

Die Reichweiten konnten auf allen drei Kanälen durch eine stark erhöhte Anzahl an Content/Posts erhöht werden.

GSTAAD ON TOUR

Die Destination Gstaad geniessen ohne in Gstaad zu sein? Das ist möglich mit den 59 Gstaad-on-Tour-Fondue-Gondeln, die in der ganzen Schweiz und im Ausland wieder auf Reisen gingen. Eine Marketingaktion, bei der die Destination auf eine sympathische Art und Weise bekannt gemacht wird.



© Destination Gstaad

Gstaad on Tour mit 59 Gondeln im Einsatz

MEDIENREISEN & MEDIENARBEIT

Wir haben über 30 Medienreisen unterstützt, organisiert und durchgeführt. Highlights waren die Reportage von TF1 mit einem Bericht über die Züglete und die vielseitige Destination Gstaad, MBC1 mit einem Fernsehteam aus Dubai (5 Mio. Zuschauer) oder die SRF-Fernsehsendung «Game of Switzerland» mit über 500'000 Zuschauern. Auch der Medien-Launch mit 32 Journalisten Anfang Dezember in Paris sowie die Teilnahme an weiteren Medien-Events in Brüssel und London, waren Teil unserer Medienarbeit.



Medienreisen von nationalen und internationalen Journalistinnen und Journalisten

WEYERLI

Auf einer 60m-langen Skipiste brachten wir im Winter 2022/2023 erneut mit dem Sportamt Bern und Go Snow (Schneesportinitiative) die Kinder aus der Stadt auf den

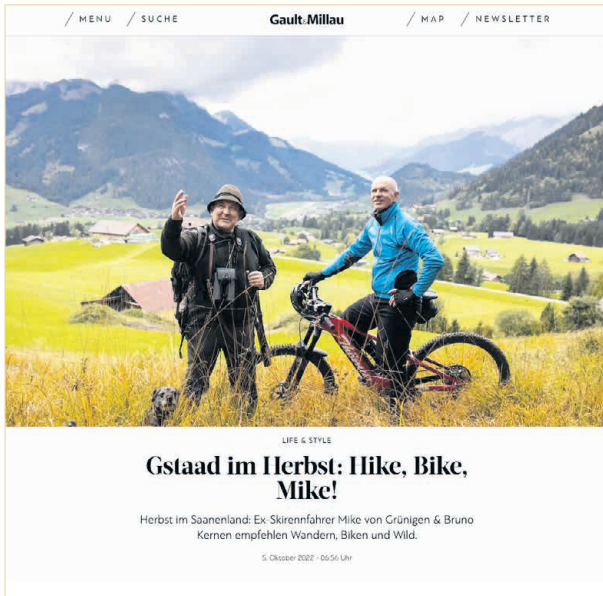
Schnee. Eine Marketingaktion mit lokalen SkilehrerInnen, um einen kostenlosen und nachhaltigen Zugang zum Schneesport zu ermöglichen.



© Simon Villiger, Switzerland

Aktion Weyerli in Zusammenarbeit mit dem Sportamt Bern, Go Snow und den Skischulen der Destination Gstaad

Unsere Highlights



Gstaad im Herbst: Hike, Bike, Mike! Kooperation mit GaultMillau & Publikation in der Schweizer Illustrierten



Watson.ch mit Fluschi-Schlittenbau «Duell auf der Piste»



Saanland in der Coop Zeitung «Fast bis zum Lou-e-ne-see»





Frankfurter Allgemeine – Beilage



MBC 1 Fernsehteam aus Dubai



«Auf der Piste» in der Illustrierte und Schweizer Illustrierten



Medienlaunch in Paris mit 32 Journalistinnen und Journalisten



France 5 «Échappées Belles mit dem Thema Suisse – de village en village»



France 5 «Échappées Belles mit dem Thema Suisse – de village en village»



SRF «Game of Switzerland»

Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions (MICE)



© R&B Presse, Pascal Renaudon

TOP EVENTS

Nach den Einschränkungen durch COVID-19 blicken wir auf ein erfolgreiches Event-Jahr 2022 zurück. Die Top Events starteten erfreulich mit den Sommets Musicaux de Gstaad. Das Swatch Beach Pro Gstaad war am Wochenende ausverkauft. Auch das EFG Swiss Open Gstaad, das Gstaad Menuhin Festival & Academy und der Hublot Polo Gold Cup Gstaad lockten zahlreiche Besucher an. Die Country Night Gstaad schliesst den Top-Event-Sommer mit extrem positiven Zahlen ab. Die Normalität tat gut und dies spürte man auch beim Andrang der zahlreichen BesucherInnen. Kleinere Veranstaltungen im Sport- oder Kulturbereich profitierten ebenfalls und ob an den Sufsunntige oder an der Gstaad alive Sommerbar – das Zusammensein wurde gefeiert. Ein grosses Dankeschön hier an alle Veranstalter, die unvergessliche Momente in unserer Destination gezaubert haben.

SAANIS FAMILIENPROGRAMM

Ein Highlight war die erfolgreiche Durchführung vom 1. Saanis Familienprogramm während der Sommer- und Herbstferien. Das wöchentlich wiederholende Programm involvierte Partner aus der ganzen Destination (Auszug: Gstaad Menuhin Festival & Academy, Alpinzentrum, Gstaad Palace, Hotel HUUS und viele mehr) und beglückte zahlreiche Kinder. Im Herbst wurde das Programm zudem auch für die einheimischen Kinder geöffnet. Das Interesse mit über 230 Teilnehmenden war gross.

AUSZUG EVENTS MIT GST FINANZIELLER UND/ODER PERSONELLER BETEILIGUNG

- Country Night Gstaad
- EFG Swiss Open Gstaad
- Fête de la musique
- Gstaad Menuhin Festival
- Glacier 3000 Run
- Gstaad Züglete
- Gstaader Messe
- Hublot Polo Gold Cup Gstaad
- Road Bike Summit
- Schweizer Wandergipfel
- Silvesterparty Gstaad
- Sommets Musicaux de Gstaad
- Snowboardtäg
- Swiss Freeski Tour & Audi Snowboard Series
- Women Hockey Winter Classic
- World of Words

Zu den Events



ERSTER SCHWEIZER WANDERGIPFEL

Einen weiteren Höhepunkt setzte die Austragung des 1. Schweizer Wandergipfels in Zusammenarbeit mit den Schweizer Wanderwegen in Gstaad. Vom 22. – 23. August 2022 traf sich die Schweizer Wanderszene und diskutierte Themen wie Sicherheit, Infrastruktur, Kommunikation, Mutterkühe und Koexistenz von Wanderern und Bikern. Als Moderator war der bekannteste Schweizer Wanderer

Nik Hartmann dabei und leitete durch das vielseitige Programm. Der Schweizer Wandergipfel soll alle zwei Jahre in Gstaad stattfinden und zu dem Branchenanlass, an dem konkrete Erfahrungen aus Projekten in Destinationen reflektiert werden, wachsen. 2023 findet am 5. September der digitale Mini-Gipfel statt und im September 2024 trifft man sich wieder für den 2. Schweizer Wandergipfel in Gstaad.



Spannende Referate und aktiver Austausch während des 1. Schweizer Wandergipfels



Schweizer Wandergipfel 2022

EIN AUSBLICK AUF 2023

Die neue Website www.gstaad.ch ist ein Hauptfokus im Jahr 2023 und wird Mittel sowie das gesamte Team des GST stark einbinden. Das neue Angebot der MOB «GoldenPass Express» wird eine erhöhte Aufmerksamkeit, speziell auch für die Sommersaison, mit sich bringen und damit einhergehende Medienreisen. Die neue Postauto-Linie Saanen–Jaun gilt es zu vermarkten sowie unsere Fokusthemen mit den entsprechenden Botschaften im Winter und Sommer sowie Herbst in enger Zusammenarbeit mit der Bergbahnen Destination Gstaad AG nach aussen zu tragen



Weitere Infos zu GST

Destinationsstrategie
2021-2024



Übersicht Mitarbeitende
und Vorstand



Projektblogs



Berichte und Reglemente



Jahresrechnung

Bilanz

	31.12.2022		31.10.2021	
AKTIVEN	6'288'502	100%	6'397'873	100%
Umlaufvermögen	1'983'400	31.5%	2'285'771	35.7%
Flüssige Mittel	394'723	6.3%	559'260	8.7%
Forderungen	1'392'466	22.1%	1'308'470	20.5%
Warenvorräte	108'877	1.7%	60'525	0.9%
Aktive Rechnungsabgrenzung	87'334	1.4%	357'516	5.6%
Anlagevermögen	4'305'102	68.5%	4'112'102	64.3%
Finanzanlagen	20'100	0.3%	20'100	0.3%
Mobile Sachanlagen	375'000	6.0%	82'001	1.3%
Immobilie Haus des Gastes	2'650'000	42.1%	2'700'000	42.2%
Übrige Immobilien	1'260'002	20.0%	1'310'001	20.5%
PASSIVEN	6'288'502	100%	6'397'873	100%
Kurzfristiges Fremdkapital	2'547'944	40.5%	2'132'681	33.3%
Kurzfristige Verpflichtungen	1'496'132	23.8%	1'207'493	18.9%
Passive Rechnungsabgrenzung	1'051'812	16.7%	925'188	14.5%
Langfristiges Fremdkapital	2'549'911	40.5%	3'047'586	47.6%
Langfristige verzinsliche Verbindlichkeiten	1'867'000	29.7%	1'867'000	29.2%
Übrige langfristige Verbindlichkeiten	462'000	7.3%	462'000	7.2%
Rückstellungen langfristig	220'911	3.5%	718'586	11.2%
Eigenkapital	1'231'733	19.6%	1'177'595	18.4%
Vereinsvermögen	818'846	13.0%	778'835	12.2%
Kontokorrent Dorforganisationen	412'887	6.6%	398'760	6.2%
Unternehmensergebnis	-41'086	-0.7%	40'011	0.6%

Erfolgsrechnung

	RECHNUNG 2021/22**	RECHNUNG 2020/21	RECHNUNG 2019/20
BETRIEBSERTRAG	12'940'412	10'664'452	8'716'480
Ticket- und Warenverkauf	1'289'260	991'079	884'608
Wege & Anlagen	286'114	216'663	101'772
Kurtaxen	5'144'202	4'448'286	2'792'661
Marketing & Events	183'674	-	71'000
Gemeindebeiträge	545'000	275'000	275'000
Kantonale Beherbergungsabgabe	165'521	-	-
Tourismusförderungsabgabe	1'334'580	1'188'865	1'204'448
Direktreservation	2'524'892	2'196'508	1'948'098
Übriger Ertrag	240'629	209'350	292'688
Gstaad Events Supporter	375'963	365'547	327'213
Gstaad Card	90'000	90'000	625'922
ÖV Winter	548'217	471'848	-
Dorforganisationen	212'360	211'306	193'070
SACHAUFWAND BETRIEB	8'237'142	7'135'284	5'772'384
Ticket- und Warenaufwand	1'173'869	906'803	778'906
Gästeinformation und -animation	214'388	107'692	112'264
Touristische Infrastrukturen	663'440	662'565	506'555
Marketing	1'562'765	1'316'770	1'259'995
Projekte	374'926	346'063	98'246
Direktreservation	2'453'023	2'145'815	1'870'213
Gstaad Events Supporter	375'963	365'547	327'213
Gstaad Card	616'408	562'908	625'922
ÖV Winter	590'000	509'815	
Dorforganisationen	212'360	211'306	193'070
Bruttoergebnis 1	4'703'270	3'529'168	2'944'096
PERSONALAUFWAND	3'358'393	2'515'303	2'148'151
ÜBRIGER BETRIEBLICHER AUFWAND	1'203'420	940'069	851'462
Verwaltungs-, Fahrzeug-, IT-Aufwand	536'245	414'163	411'573
MwSt Vorsteuerkürzung	352'785	265'726	195'547
Raumaufwand	314'390	260'180	244'342
EBITDA Betriebsergebnis	141'457	73'796	-55'517
Abschreibungen	462'676	458'360	242'100
Finanzerfolg	3'048	-1'918	2'065
Erfolg Liegenschaften	-266'476	-240'955	-218'894
ao. & periodenfremder Erfolg	-16'705	-181'702	9'965
Unternehmensergebnis	-41'086	40'011	-90'753

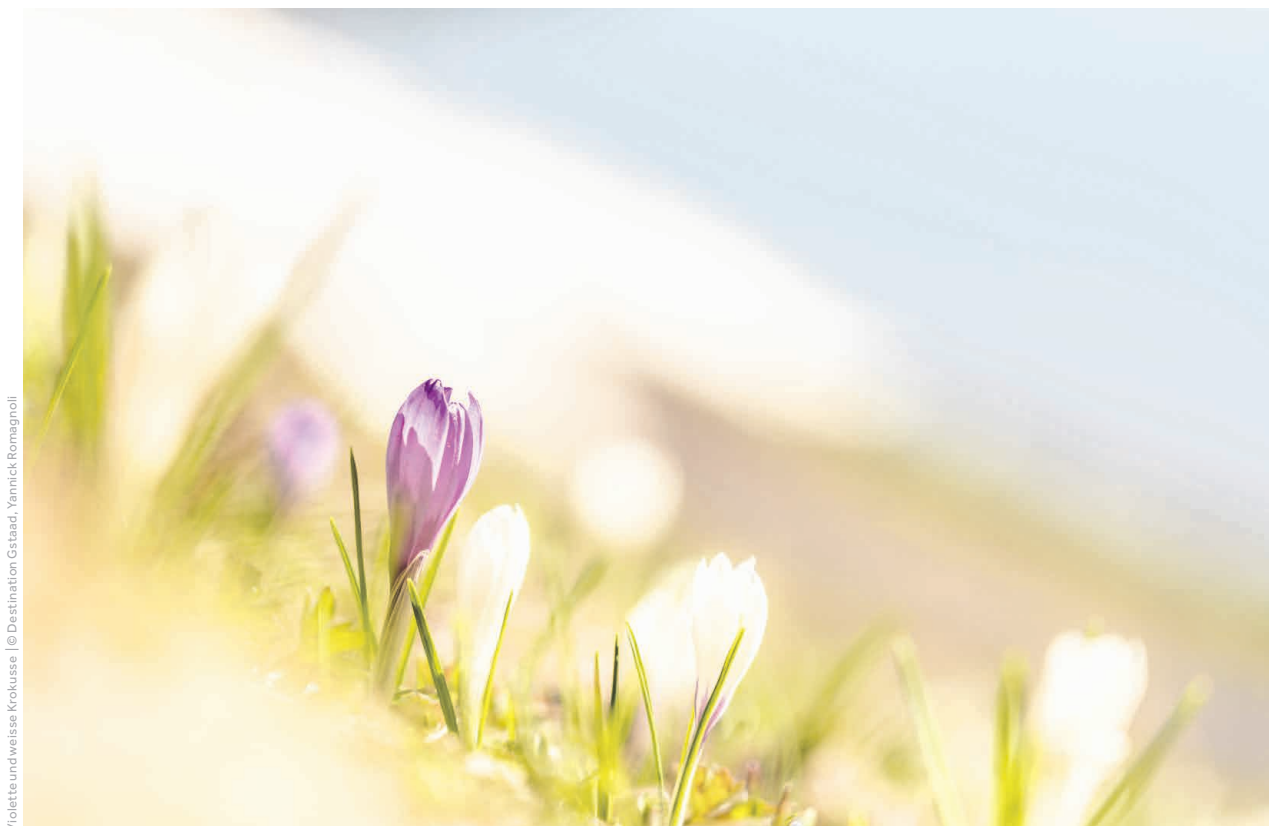
Detail öffentlich-rechtliche Erträge

	RECHNUNG 2021/22**	RECHNUNG 2020/21	RECHNUNG 2019/20
KURTAXEN NETTO	5'144'202	4'448'286	2'792'661
Ertrag Kurtaxen brutto	5'144'202	4'448'286	2'932'294
Ertrag Kurtaxen Hotel	1'862'217	1'734'368	1'146'288
Ertrag Kurtaxen Gruppen / Camping	150'812	100'894	87'576
Ertrag Kurtaxenpauschalen	3'131'173	2'613'024	1'698'430
./. Anteil Kurtaxen Gstaad Card*	-	-	-139'633

GEMEINDEN	545'000	275'000	275'000
Gemeindebeitrag Saanen	500'000	250'000	250'000
Gemeindebeitrag Lauenen	25'000	12'500	12'500
Gemeindebeitrag Gsteig	20'000	12'500	12'500

TOURISMUSFÖRDERUNGSABGABE	1'334'580	1'188'865	1'204'448
Auswärtige Geschäftsbeiträge	25'880	22'916	25'377
TFA Saanen / Lauenen / Gsteig	1'048'700	905'949	919'071
TFA Hotelierverein	260'000	260'000	260'000

*neues Gstaad Card Konzept -> Ertrags-Umbuchung entfällt **Langjahr 14 Monate



Kostenstellenrechnung 2021/2022

(Kurtaxen-/Tourismusförderungs-/Gemeindebeitragsrechnung)

	TOTAL	GUEST RELATIONS
BETRIEBSERTRÄGE NETTO		
Nettoergebnis Warenverkauf	115'391	115'391
Nettoergebnis Direktreservation	71'869	71'869
Übrige Erträge	710'416	58'796
Gemeindebeiträge projektbezogen	250'000	
Kantonale Beherbergungsabgabe	165'522	
Umlage Gemeinkosten	-	28'247
Total Ertrag vor Kurtaxe, TFA & Gemeindebeitrag	1'313'198	274'303
BETRIEBSAUFWAND NETTO		
Mitarbeiteraufwand	3'358'392	1'081'962
Sachaufwand	4'272'740	927'376
Raumaufwand & Liegenschaften	47'914	112'415
Abschreibungen, Finanzerfolg, Neutraler Erfolg	449'020	82'864
Umlage Gemeinkosten	-	331'136
Total Betriebsaufwand	8'128'066	2'535'753
Durch zweckbestimmte Beiträge zu deckender Betriebsaufwand (Kurtaxen, TFA & Gemeinde)	6'814'868	2'261'450
Kurtaxenerträge	5'144'202	
./. Durch Kurtaxen zu deckender Betriebsaufwand	-5'143'558	
ÜBERDECKUNG KURTAXEN	644	
Erträge Tourismusförderungsabgabe (TFA)	1'334'580	
./. Aufwände Marketing	-1'671'310	
UNTERDECKUNG TFA	-336'730	
Gemeindebeiträge nicht zweckbestimmt	295'000	
Überdeckung Kurtaxen	644	
./. Unterdeckung TFA	-336'730	
Unternehmensverlust	-41'086	

INFRASTRUKTUREN FÜR GÄSTE	DESTINATIONS-ENTWICKLUNG	DIGITALISIERUNG	MARKETING	GEMEINKOSTEN (FINANZ, ADMIN, IT)
286'114	117'891	75'000	101'275	71'340
	50'000	200'000		
			165'522	
18'670	9'585	4'969	9'869	-71'340
304'784	177'476	279'969	276'666	-

715'126	367'150	190'340	378'038	625'776
776'091	634'830	256'146	1'448'424	229'873
68'228	3'877	9'692	5'815	-152'113
205'821	14'902	12'648	-	132'785
218'865	112'367	58'254	115'699	-836'321
1'984'131	1'133'126	527'080	1'947'976	-

1'679'347	955'650	247'111	1'671'310	-
------------------	----------------	----------------	------------------	----------

--	--	--	--

Anhang zur Jahresrechnung 2021/2022

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.

GESAMTBETRAG DER ZUR SICHERUNG EIGENER VERBINDLICHKEITEN VERWENDETEN AKTIVEN SOWIE AKTIVEN UNTER EIGENTUMSVORBEHALT

	31.12.2022	31.10.2021
Buchwert der belasteten Immobilien	3'610'001	3'685'001
Schuldbriefe	3'136'000	3'136'000
Kreditsumme effektiv beansprucht	1'867'000	1'867'000

DIREKTE ODER INDIREKTE BETEILIGUNGEN AN UNTERNEHMEN

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

FORDERUNGEN UND VERBINDLICHKEITEN GEGENÜBER DIREKT BETEILIGTEN

	31.12.2022	31.10.2021
Forderungen	15'000	32'758
Verbindlichkeiten	0	0

ERLÄUTERUNG ZU AUSSERORDENTLICHEN, EINMALIGEN ODER PERIODENFREMDEN POSITIONEN

Ertrag TCHF 18: Verkauf abgeschriebenes Fahrzeug
Aufwand TCHF 1: Korrektur Kreditoren Dires

NETTOAUFLÖSUNG STILLE RESERVEN

	31.12.2022	31.10.2021
Wesentliche Nettoauflösung (Immobilien)	0	305'000



AUS LIEBE ZUM SAANENLAND. SEIT 1874.

Gemeinsam mit Gstaad Saanenland Tourismus setzt sich die Saanen Bank für das Wohlergehen des Saanenlandes ein. Wir schaffen und nutzen wertvolle Synergien für die Bevölkerung sowie für unsere Gäste. Zusammen realisieren wir Projekte in und für die Region – wie z.B. die Destinations-Velobekleidung.

Gemeinsam geht vieles einfacher – aus Liebe zum Saanenland.

Revisionsbericht



Bericht der Revisionsstelle zur eingeschränkten Revision

an die Geschäftsprüfungskommission

Gstaad Saanenland Tourismus, Gstaad

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz, Betriebsrechnung und Anhang) des Gstaad Saanenland Tourismus für das den Zeitraum vom 1. November 2021 bis 31. Dezember 2022 umfassende Geschäftsjahr geprüft.


Für die Jahresrechnung ist der Vorstand verantwortlich, während unsere Aufgabe darin besteht, die Jahresrechnung 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 dem schweizerischen Gesetz und den Statuten entspricht.

Gstaad, 20. Februar 2023

ribo treuhand ag


Jürg Hörn
Zugelassener Revisionsexperte
Leitender Revisor


Linda Bieri
zugelassene Revisorin

Beilagen:

- Jahresrechnung (Bilanz, Betriebsrechnung und Anhang)

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 2021/2022 drei Sitzungen durchgeführt. Den Mitgliedern der Geschäftsprüfungskommission standen die Sitzungsprotokolle des GST-Vorstandes, die Berichte zum Geschäftsverlauf, die Controlling-Berichte der T&R Oberland AG, die Budgets und die Geschäftsabschlüsse sowie der Revisionsbericht 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 des 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 Überprüfungsfähigkeit sowie aufgrund der vollumfänglich einsehbaren Unterlagen, dass insbesondere die Entscheidungsprozesse, Beschlussfassungsvorgänge, Kompetenzregelungen und -ausübung sowie die Geschäftstätigkeit im Geschäftsjahr 2021/2022 den GST-Statuten entsprochen haben.

2. UMSETZUNG DER BESCHLÜSSE

Die GPK bestätigt, dass im Geschäftsjahr 2021/2022 die Umsetzung der Beschlüsse innerhalb des 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 2021/2022 einen Verlust von CHF 41'086.– erwirtschaftet. Sowohl die Controlling-Berichte der T&R Oberland AG als auch der Revisionsbericht der ribo treuhand ag stellen dem GST im Bereich ihrer jeweiligen Prüfungsverantwortung ein gutes Zeugnis aus.

ANMERKUNGEN GPK

Nebst dem Thema Corona, das uns in den Controlling-Tätigkeiten seit April 2020 begleitet hatte, stand im vergangenen Geschäftsjahr die Organisation des Marketings, welches

seit 2016 in die Gstaad Marketing GmbH (GM) ausgelagert war, stark im Fokus. Nach dem negativen Urnenentscheid der Bürgerinnen und Bürger der Gemeinde Saanen, die Marketingbeiträge an die Gstaad Marketing GmbH nicht zu leisten, haben die vier Gesellschafter entschieden, die Aktivitäten der GM ganz einzustellen, die Marketingaufgaben in den GST und in die BDG zu reintegrieren sowie die Marketing GmbH zu liquidieren. Dieser Prozess wurde im vergangenen Geschäftsjahr umgesetzt und abgeschlossen.

Die Kosten des Aufbaus eines neuen Marketingteams innerhalb des GST war im Budget 2021/22 nicht vorgesehen. Zudem haben die beiden operativen Gesellschafter der GM – der GST und die BDG – entschieden, die Kosten der Reorganisation und Liquidation vollumfänglich zu tragen. Es ist festzuhalten, dass durch den Wegfall des grössten Teils der öffentlichen Gelder fürs Marketing, ca. CHF 1 Mio., die Marketingaktivitäten wie Kampagnen stark eingeschränkt werden mussten. Dies kann vielleicht kurzfristig verkraftet werden, muss sich aber baldmöglichst wieder ändern.

Die GPK wurde über die Reorganisation durch den GST stets informiert und konnte den Prozess kritisch begleiten. Die beiden Organisationen GST und BDG stehen nun in der Pflicht, dass die Marketingaktivitäten effizient, zielgerichtet und ohne Reibungsverluste umgesetzt werden. Die Region und der Gast stehen im Zentrum und nicht die Organisation.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass unter den genannten Voraussetzungen und den entstandenen Mehraufwänden der GST den Verlust im Geschäftsjahr 2021/22 mit CHF 41'086.– einigermaßen im Rahmen halten konnte. Dies war aber nur dank der wiederum schönen Steigerung bei den Kurtaxen und TFA-Geldern möglich und indem bei den Ausgaben stark gespart wurde. Die Liquidität war jederzeit sichergestellt und die Überwachungsinstrumente wurden gewissenhaft nachgeführt.

Wir danken allen Mitarbeitenden und dem Vorstand ganz herzlich für ihr Engagement und wünschen allen viel Freude bei der Arbeit.

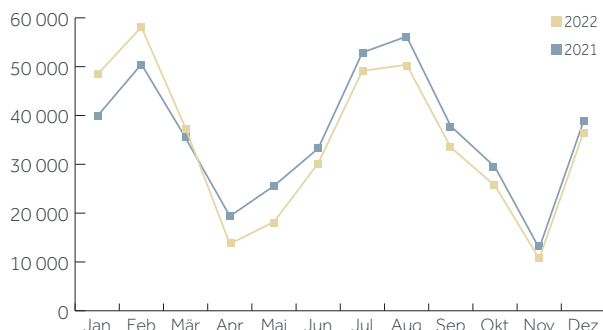
Beste Grüsse
Geschäftsprüfungskommission



Philipp Reber, Präsident GPK

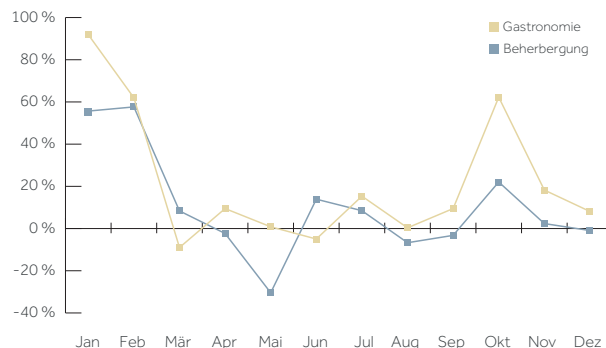
Tourismusbarometer

LOGIERNÄCHTE



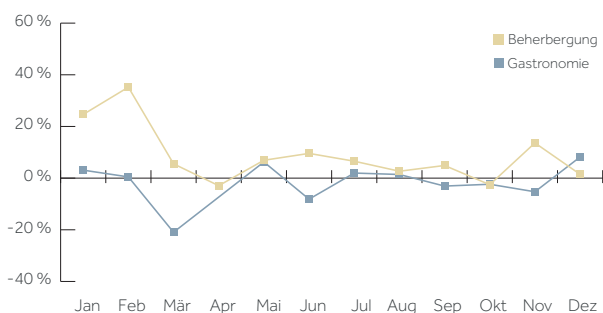
Die Hotel-Logiernächte waren gegenüber dem Vorjahr leicht rückläufig, obwohl zu Jahresbeginn noch etwas mehr Logiernächte generiert werden konnten. Über das gesamte Jahr wurden 415'976 Logiernächte getätigt. Der leichte Rückgang bei den Logiernächten ist insbesondere auf den Rückgang der Anzahl Hotelbetten zurückzuführen.

UMSATZ KERN-TOURISMUSBRANCHE



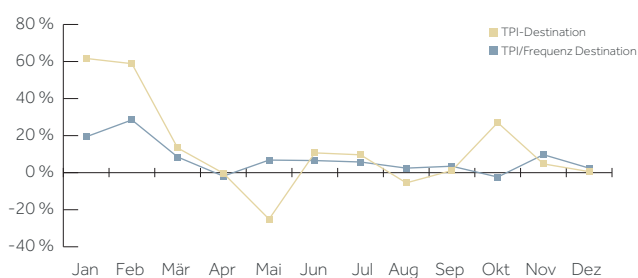
Die Umsätze der Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe fielen in den meisten Monaten höher aus als noch im Vorjahr. Über das gesamte Jahr betrachtet konnten die Beherbergungsbetriebe rund 13% und die Gastronomiebetriebe 26% mehr umsetzen.

UMSATZ PRO FREQUENZ BRANCHEN



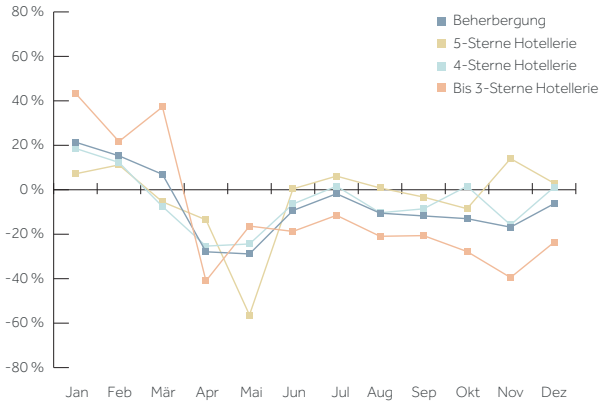
Da bei weniger Logiernächten mehr umgesetzt wurde, bedeutet dies, dass insbesondere in der Beherbergung der Umsatz pro Frequenz im Vergleich zum Vorjahr fast in allen Monaten gestiegen ist. Bei der Gastronomie verlief diese Kennzahl häufig ähnlich wie im Vorjahr. Über das ganze Jahr konnten die Beherbergungsbetriebe 12% mehr Umsatz pro Frequenz erzielen, die Gastronomiebetriebe 2% mehr.

PERFORMANCE DESTINATION



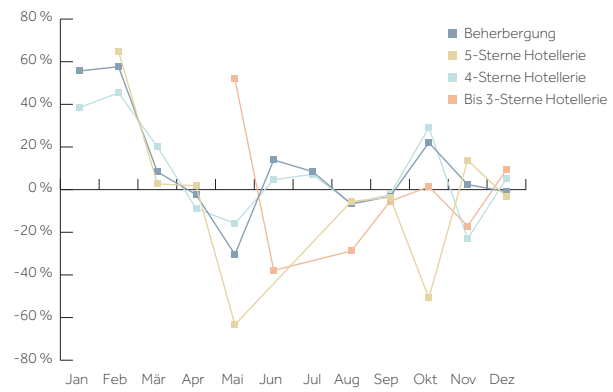
Die guten Umsatzzahlen widerspiegeln sich auch in der Destination. Der Tourismus-Performance-Index (TPI) legte gegenüber dem Vorjahr um 18% zu, der TPI pro Frequenz um 11%. Insbesondere in den Monaten Januar, Februar, Juni, Juli und August konnte deutlich mehr Umsatz als im Vorjahr generiert werden.

LOGIERNÄCHTE NACH HOTELKATEGORIE



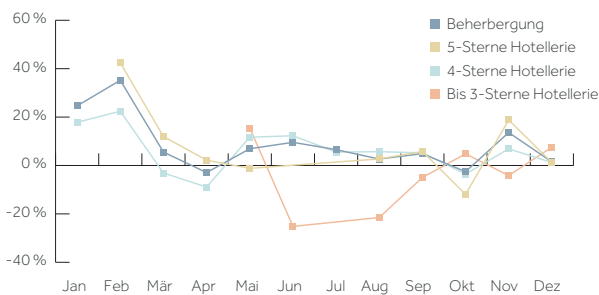
Bei den Logiernächten, aufgeteilt nach Sternekategorie, zeigt sich, dass die untere Preisklasse den höchsten Schwankungen ausgesetzt war. So konnten Betriebe der Kategorie «Bis 3-Sterne» im Januar im Vergleich zum Vorjahr noch 40% mehr Logiernächte erzielen, mussten aber in der Sommersaison bis zu 21% einbüßen. Über das Jahr hinweg verzeichnen die Betriebe bis 3-Sterne 14,5% weniger Logiernächte, die 4-Sterne Betriebe 1% und die 5-Sterne Betriebe 11% weniger. Dieser Rückgang ist insbesondere auf den Rückgang der Anzahl Hotelbetten zurückzuführen.

UMSATZ BEHERBERGUNG



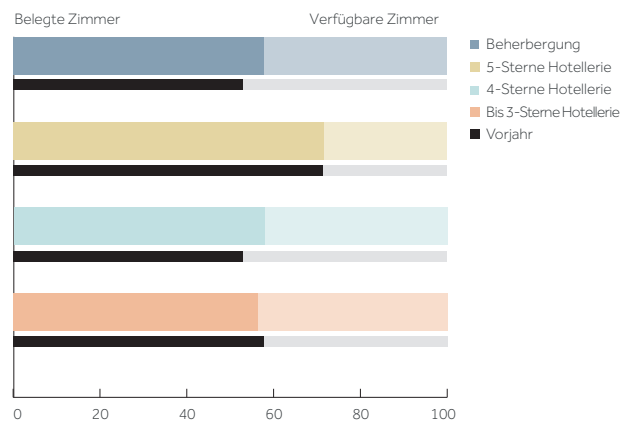
Die Tourismusbarometer-Umfrage deckt die 3-Sterne Kategorie am wenigsten gut ab, da dort teilweise weniger als drei Betriebe antworteten. Ansonsten verlaufen die Umsätze der 4- und 5-Sterne Betriebe relativ ähnlich wie diejenigen des Gesamtindikators. Augenfällig sind die starken Rückgänge der 5-Sterne-Betriebe im Mai und Oktober. Diese Monate sind eher frequenzarm und fallen deshalb in der Jahresrechnung nicht stark ins Gewicht. Die Bis-3-Sterne-Betriebe konnten 9% mehr Umsatz generieren, die 4-Sterne-Betriebe 14% und die 5-Sterne-Betriebe 12%.

UMSATZ PRO FREQUENZ BEHERBERGUNG



In der Kennzahl Umsatz pro Frequenz folgten die Kategorien relativ deutlich der Gesamt-Beherbergung. Einzig die wenigen 3-Sterne Betriebe mussten im Juni und August Abnahmen von bis zu 25% hinnehmen. Über das Jahr konnten die 3-Sterne Betriebe trotzdem um 5% zulegen, die 4-Sterne Betriebe um 11% und die 5-Sterne um 14%.

ZIMMERBELEGUNG



Die Zimmerbelegung fiel in den teilnehmenden Betrieben etwas höher aus als im Vorjahr. So konnten im Jahr 2022 durchschnittlich 57% aller Zimmer belegt werden, rund 4 Prozentpunkte mehr als im Vorjahr. Einzig die 3-Sterne-Betriebe zeigten mit 56% eine tiefere Belegung als im Vorjahr (-1%).

Überblick über die Logiernächte-Entwicklung

LOGIERNÄCHTE-ENTWICKLUNG DESTINATION

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	+/-	IN%
Hotels	365'089	348'000	363'977	382'617	404'361	386'636	432'941	415'976	-16'965	-3.9%
Ferienwohnungen	684'784	671'216	664'573	659'892	656'014	686'626	702'588	722'442	19'854	2.8%
Gruppenunterkünfte/ Camping	136'751	134'768	126'851	141'305	143'347	123'477	99'900	129'108	29'208	29.2%
Total Jahr	1'186'623	1'153'984	1'155'401	1'183'814	1'203'722	1'196'739	1'235'429	1'267'526	32'097	2.6%

VERTEILUNG SOMMER - WINTER

Winter	14/15	15/16	16/17	17/18	18/19	19/20	20/21	21/22	+/-	IN%
Hotels	188'448	184'859	184'344	189'317	196'064	179'379	191'215	210'053	18'838	9.9%
Anteil Winter	51%	52%	51%	50%	49%	46%	45%	50%	5.2%	

Sommer	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	+/-	IN%
Hotels	178'281	167'388	177'593	189'914	207'420	206'785	236'095	210'486	-25'609	-10.8%
Anteil Sommer	49%	48%	49%	50%	51%	54%	55%	50%	-5.2%	

Aufgrund des verschiedenen Vergleichszeitraums unterscheidet sich dieser Sommer-Winter Vergleich zu den übrigen Zahlen.

DETAILSTATISTIK HOTELLERIE

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	+/-	IN %
5*-Hotels	95'031	100'188	102'181	108'647	110'837	106'876	125'852	125'344	-508	-0.4%
4*-Hotels	120'820	105'531	128'478	136'803	136'596	137'021	154'705	149'893	-4'812	-3.1%
3*-Hotels	104'719	96'808	87'347	88'022	79'781	80'619	92'320	86'502	-5'818	-6.3%
Übrige	44'519	45'473	45'971	49'145	77'147	62'120	60'064	54'237	-5'827	-9.7%
Total Hotellerie	365'089	348'000	363'977	382'617	404'361	386'636	432'941	415'976	-16'965	-3.9%

HOTELAUSLASTUNGS-STATISTIK

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	+ / -
Total Betten	3'029	3'033	2'962	2'951	3'030	2'969	2'980	2'992	12
Verfügbare Betten/ Jahr	1'098'140	1'035'345	1'054'940	1'039'110	1'089'755	1'068'985	1'071'120	1'077'535	6'415
Logiernächte	365'089	348'000	363'977	382'617	404'361	386'636	432'941	415'976	-16'965
Auslastung / 365 Tage	33.2%	33.6%	34.5%	36.5%	37.0%	36.1%	40.4%	38.6%	-1.8%

HOTELLERIE AUFGEGLIEDERT NACH DÖRFERN

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	+ / - IN LN	+ / - IN %
Gstaad	139'202	141'688	143'676	151'979	158'298	145'014	158'860	163'553	4'693	3.0%
Saanen	100'747	82'131	97'873	96'185	115'053	104'227	110'622	100'031	-10'591	-9.6%
Schönried	53'979	55'210	54'228	59'145	54'983	54'609	68'760	61'815	-6'945	-10.1%
Saanenmöser	47'136	45'670	45'526	48'223	48'865	55'118	63'400	57'591	-5'809	-9.2%
Gsteig	1'392	480	668	307	1'336	1'625	2'426	3'145	719	29.6%
Lauenen	7'752	7'264	8'151	9'632	9'177	12'070	12'426	10'778	-1'648	-13.3%
Zweisimmen	14'881	15'557	13'855	17'146	16'649	13'973	16'447	19'063	2'616	15.9%
Total Destination	365'089	348'000	363'977	382'617	404'361	386'636	432'941	415'976	-16'965	-3.9%

DETAILSTATISTIK HOTELLERIE NACH HERKUNFTSLAND

Herkunftsland	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	+/-	%
Schweiz	235'253	224'723	238'148	247'238	255'079	298'713	357'517	293'690	-63'827	-17.9%
Deutschland	16'866	13'830	13'502	15'640	19'720	13'973	12'012	14'141	2'129	17.7%
Frankreich	18'107	16'997	16'106	17'511	18'308	16'965	17'372	16'708	-664	-3.8%
Benelux	13'009	11'925	10'944	12'117	12'190	10'774	6'717	11'309	4'592	68.4%
Grossbritannien	16'056	15'976	18'100	16'815	17'695	12'270	6'193	16'347	10'154	164.0%
Italien	5'601	5'022	5'323	6'170	6'872	4'019	4'220	7'635	3'415	80.9%
Spanien + Portugal	4'602	5'607	4'403	5'386	6'462	3'142	2'321	4'014	1'693	72.9%
Skandinavien	2'171	1'695	1'823	2'121	3'130	1'219	989	1'648	659	66.6%
Übriges Europa	9'639	12'199	11'017	11'677	11'573	7'091	6'533	9'959	3'426	52.4%
Russland	4'234	3'723	3'905	3'711	3'797	2'838	2'018	1'721	-297	-14.7%
Total Europa	90'285	86'974	85'123	91'148	99'747	72'291	58'375	83'482	25'107	43.0%
Brasilien	1'367	882	1'339	1'258	1'700	1'257	659	1'532	873	132.5%
Indien	4'602	2'558	3'269	4'105	6'952	954	1'473	4'041	2'568	174.3%
Golf-Staaten	8'064	10'306	10'919	9'090	9'670	2'997	5'761	9'833	4'072	70.7%
China	3'469	1'834	2'828	2'542	2'855	917	256	676	420	164.1%
Süd- / Ostasien	6'089	4'977	4'319	5'225	5'779	1'183	1'018	2'579	1'561	153.3%
USA + Kanada	11'019	10'787	12'183	14'675	15'774	5'163	5'969	14'390	8'421	141.1%
Übrige	4'941	4'959	5'849	7'336	6'805	3'161	1'913	5'753	3'840	200.7%
Total Fernmärkte	39'551	36'303	40'706	44'231	49'535	15'632	17'049	38'804	21'755	127.6%
Total Destination	365'089	348'000	363'977	382'617	404'361	386'636	432'941	415'976	-16'965	-3.9%

Protokoll der 29. Ordentlichen Hauptversammlung 2022 im Landhaus Saanen

Datum: 10. März 2022, Landhaus Saanen, 19 – 20.45 Uhr

Anwesende Vorstandsmitglieder: Oliver Waser (Präsident), Richard Müller (Vizepräsident), Hansruedi Müller, Matthias Oehrli, Sonja Kurth, Thomas Kern

Entschuldigt: Matthias Matti, Konstanze Huber, Simon Bolton

Anwesende Mitglieder gemäss Präsenzliste: 89

BEGRÜSSUNG

Präsident Oliver Waser begrüsst die anwesenden Gäste und GST-Mitglieder und informiert über die entschuldigten Personen.

Namentlich heisst er willkommen (in alphabetischer Reihenfolge): Heinz Brand (Präsident Verwaltungsrat BDG), Pascale Berclaz (Direktorin Made in Bern), Myriam Degallier (Direktorin Pays-d'Enhaut Tourisme), Roman Gimmel (Verwaltungsdirektor Saanen), Elisabeth Grünenwald (Gemeinderat Zweisimmen), Christof Huber (Präsident Hotelierverein), Albert Kruker (Direktor Lenk Simmental Tourismus), Matthias In-Albon (Geschäftsführer BDG), Philipp Reber (Präsident Geschäftsprüfungskommission GST), André Reichenbach (Municipale Commune de Rougemont), Hansjörg Schneider (Präsident Lenk Simmental Tourismus), Anne Speiser (Grossrätin), Toni von Grünigen (Gemeindepräsident Saanen), Andreas Wandfluh (Geschäftsführer Gstaad Marketing), Jonas Wanzenried (Präsident Gewerbeverein), Beatrice Zeller (Gemeindepräsidentin Zweisimmen) und die Pressevertreter Sonja Wolf (Anzeiger von Saanen), Fritz Leuzinger (Berner Oberländer) und Fabian Kopp (Simmental Zeitung).

Die briefliche Einladung an die Mitglieder wurde am 17. Februar 2022 verschickt (statutengemäss mindestens 14 Tage vorher nötig) und die Hauptversammlung wurde zweimalig im Anzeiger von Saanen publiziert. Der Geschäftsbericht ist seit dem 21. Februar 2022 unter www.gstaad.ch/geschaeftsbericht veröffentlicht. Es sind keine Anträge für Traktandenänderungen eingegangen. Allerdings sind Anträge zum Traktandum Nr. 8 Statutenänderung eingegangen, die beim entsprechenden Traktandum zur Abstimmung kommen werden. Als Stimmzähler werden Walter Heer, Hanspeter Schwenter, Philipp Reber und Philipp Zwahlen bestimmt.

Aus aktuellem Anlass äussert sich Präsident Oliver Waser vor den offiziellen Traktanden zur Situation der Gstaad Marketing GmbH. Wie am Mittwoch, 9. März 2022 veröffentlicht wurde, haben die Gesellschafter die Auflösung der Gstaad Marketing GmbH per Ende Oktober 2022 beschlossen. Einzelne Themen werden in die BDG integriert. Der grosse Teil und insbesondere das Destinationsmarketing wird von GST übernommen und fortan in einer Marketingabteilung weitergeführt. Es ist den Gesellschaftern wichtig, dass die gemeinsamen Werte, Kampagnen und Themen sehr eng mit den wichtigsten Partnern wie BDG, Hotelierverein, Landwirtschaft usw. abgesprochen und definiert werden und gemeinsam die Botschaften und Mittel gebündelt werden. Zwischen BDG und GST wird ein Vertrag ausgearbeitet, der diese Punkte genau regelt. Die vier Eigentümer haben am Montag einstimmig beschlossen, dass die Gesellschaft Gstaad Marketing GmbH aufgelöst wird. Heinz Brand und Oliver Waser haben am Dienstag mit den Mitarbeitenden ein Gespräch geführt. Den Mitarbeitenden wurde mitgeteilt, dass die Gesellschaft aufgelöst wird und somit ihnen auch per Ende Oktober gekündigt werden muss. Die beiden Vertreter der Gesellschafter standen den Mitarbeitenden für Fragen zur Verfügung. Fragen zu diesem Thema können heute Abend unter Varia beantwortet werden.

1. PROTOKOLL DER 28. ORDENTLICHEN HAUPTVERSAMMLUNG VOM 13. APRIL 2021

Das Protokoll, das auf www.gstaad.ch/geschaeftsbericht veröffentlicht ist, wird einstimmig genehmigt und verdankt.

2. JAHRESBERICHT

Der Geschäftsbericht wird der Umwelt zuliebe nur digital aufbereitet. Flurin Riedi begrüsst die Anwesenden und freut sich, seit seinem Eintritt als Tourismusdirektor endlich eine Hauptversammlung auch physisch erleben zu dürfen und den Mitgliedern persönlich einen Rückblick und Ausblick über die Tätigkeiten von Gstaad Saanenland Tourismus geben zu dürfen. Herauszuheben ist, dass die Logiernächte seit ein paar Jahren im Sommer anzahlmässig den Winter überholt haben. Die Region ist somit nicht nur vom Winter abhängig, sondern kann auch auf den starken Sommertourismus zählen. Dies bedeutet jedoch nicht, dass der Winter an Bedeutung verloren hat.

Erfreulicherweise hat die Coronapandemie im 2021 in den Bergregionen weniger Schaden angerichtet als erwartet. Der Schweizer Gast, der bis anhin schon stark vertreten war, hat anteilmässig noch zugenommen. Die wichtigsten Märkte für die Destination sind nebst der Schweiz, Deutschland, Frankreich und Belgien. Die Einschätzung für den Sommer 2022 sind weniger positiv, der Krieg wird leider Einbussen bringen, insbesondere für die Fernmärkte. Ausserdem wird der Treibstoff und der Franken teurer. Der tiefe Euro könnte Schweizer wieder ins Ausland treiben. Flurin Riedi bedankt sich ganz besonders bei den Leistungsträgern der Region, die im 2021 mit Awards ausgezeichnet wurden und gratuliert den Restaurantbetrieben für die grossartige Leistung von Total 274 Gault-Millaut-Punkten und 1 Michelin-Stern. Flurin Riedi fasst die wichtigsten Meilensteine der einzelnen Tätigkeitsbereiche aus dem Geschäftsbericht 20/21 zusammen und ergänzt dies mit einem Erklärungsfilm über die fünf Schlüsselaufgaben von Gstaad Saanenland Tourismus. Er bedankt sich herzlich für die Arbeit des Teams von Gstaad Marketing, der ausführliche Bericht über deren Tätigkeit ist unter www.gstaad.ch/geschaeftsbericht verfügbar. Flurin Riedi bedankt sich auch für die wertvolle und ehrenamtliche Arbeit der Dorfvorstände, die Dorforganisationen sind ein wichtiger Bestandteil für den Tourismus in der Destination Gstaad.

3. JAHRESRECHNUNG

Oliver Waser verweist auf die detaillierte Jahresrechnung im Geschäftsbericht 20/21 hin. Insbesondere hebt er in den Aktiven die Immobilie Haus des Gastes mit einem Buchwert von CHF 2'700'000 vor, welche gewisse stille Reserven enthält. GST konnte 20/21 einen Gewinn von CHF 40'011 ausweisen und es konnten ordentliche Abschreibungen von CHF 458'360 gemacht werden.

4. GPK BERICHT

Philipp Reber erläutert kurz die Aufgabe der Geschäftsprüfungskommission. Die Kommission besteht aus 5 Mitgliedern, neben den drei Gemeindevertretern von Gsteig, Lauenen und Saanen gibt es zwei freie Mitglieder. Sie hat zum Ziel, die Tätigkeit von Gstaad Saanenland Tourismus zu überprüfen und die Geschäfte gemäss Statuten zu hinterfragen. Philipp Reber bestätigt, dass im Rahmen der Überprüfbarkeit der GPK die Tätigkeiten der Geschäftsleitung den Statuten entsprechen und dass Termine und Ziele fachgerecht erfolgt sind. Er empfiehlt die Annahme des Berichts und bedankt sich bei allen Mitarbeitern von GST und Gstaad Marketing. Oliver Waser bedankt sich beim Vorstand der GPK für die konstruktive Zusammenarbeit.

Genehmigung von Jahresbericht, Jahresrechnung, Bericht Geschäftsprüfungskommission GPK:
Nacheinander werden Jahresbericht, Jahresrechnung und der Bericht der GPK durch die Versammlung ohne Gegenstimmen und Enthaltungen einstimmig genehmigt.

5. ENTLASTUNG DES VORSTANDES

Der Vorstand wird mit 88 Ja-Stimmen und 1 Nein-Stimme entlastet.

6. ENTLASTUNG DER GPK

Die GPK wird einstimmig entlastet.

7. WAHLEN NEUWAHL VORSTAND GST

Heidi Schopfer, Landwirtin aus Saanen wird von Oliver Waser vorgestellt und wird anschliessend einstimmig in den Vorstand des GST gewählt.

NEUWAHL GESCHÄFTSPRÜFUNGSKOMMISSION

Steffen Nischan tritt aufgrund neuer Ressortverteilung der Gemeinde Gsteig aus der GPK aus. Neu zur Wahl steht Tom Schild, Gemeinderat Gsteig, der kurz von Oliver Waser vorgestellt wird. Tom Schild wird einstimmig in den Vorstand der GPK gewählt.

WIEDERWAHLEN GESCHÄFTSPRÜFUNGSKOMMISSION

Philipp Reber (Präsident), Gstaad, wird einstimmig wiedergewählt.

Pascal Bangerter, Lauenen, wird einstimmig wiedergewählt.

8. STATUTENÄNDERUNG

Oliver Waser weist auf die wichtigsten Änderungen hin. Jonas Wanzenried, Präsident Gewerbeverein Saanenland, stellt kurz die Änderungsanträge vor:

Art. 3 ZWECK, Ziffer 2b: Antrag Wortlaut:

Die Planung, Gestaltung und Ausführung der Standortentwicklung sowie des touristischen Marketings

Art. 15 AUFGABEN UND ZUSTÄNDIGKEITEN, Ziffer m: Antrag Wortlaut:

Die Wahl, Beförderung oder Abwahl der Geschäftsleitung

Art. 19 BESTELLUNG: Antrag Wortlaut:

Die Geschäftsleitung wird vom Vorstand gewählt (alter Text)

Oliver Waser informiert die Versammlung, dass der GST-Vorstand den drei Änderungsanträgen zustimmt.

Der Änderungsantrag Art. 19 wird mit 88 Ja-Stimmen und 1 Enthaltung angenommen.

Der Änderungsantrag Art. 15 Abs. m wird mit 88 Ja-Stimmen und 1 Enthaltung angenommen.

Der Änderungsantrag Art. 3 Abs. 2b wird mit 78 Ja-Stimmen, 2 Nein-Stimmen und 9 Enthaltungen angenommen. Die Änderung der Gesamtstatuten inklusive den obgenannten Anträgen wird einstimmig angenommen.

9. UNENTGELTLICHE ÜBERNAHME LAGERHALLE METTLLEN VON DER STIFTUNG SPORT, KULTUR & TOURISMUSFÖRDERUNG

Die Stiftung Sport, Kultur & Tourismusförderung war die ehemalige Trägerschaft des Tennisturniers. Die Stiftung hat drei Mitglieder: die Gemeinde Saanen vertreten durch den Gemeindepräsidenten, der Hotelierverein vertreten durch den Präsidenten sowie der GST vertreten durch den GST-Präsidenten. Die Stiftung verfügt über ein wenig Barguthaben und ist vor allem Besitzer der Lagerhalle Mettlen beim Gemeindewerkhof. Der aktuelle Mieter ist der Verein Eventmaterial. Die Stiftung soll aufgelöst werden, deshalb wird die Halle verkauft. Die Halle darf jedoch nicht zweckentfremdet werden. GST übernimmt die Lagerhalle unentgeltlich und trägt die allfälligen Sanierungskosten. Die Mieterschaft bleibt dieselbe. Der Antrag wird einstimmig angenommen.

10. VERSCHIEDENES

Richard Müller bedankt sich im Namen des Vorstands bei Matthias Oehrli aus Lauenen, der aufgrund der Amtszeitbeschränkung von neun Jahren aus dem Vorstand austritt.

Da im vergangenen Januar und Februar die Dorfversammlungen nicht physisch stattfinden konnten, ehrt Richard Müller im Namen von Gstaad Saanenland Tourismus Adrian Friedli (Dorforganisation Gstaad) und Ruedli Kistler (Dorforganisation Gsteig-Feutersoey) für ihre unermüdliche Arbeit und ihr grosses Engagement als Dorfpräsidenten. Er bedankt sich auch bei Susanne Brand (Dorforganisation Lauenen) und Steffen Nischan (Vorstand GPK), die leider nicht anwesend sein konnten. Richard Müller bedankt sich nochmals im Namen aller für den grossen Einsatz, der vor allem sehr viel ehrenamtliche Hintergrundarbeit bedeutet.

Oliver Waser bedankt sich bei allen Mitgliedern für ihre Treue. Auch bedankt er sich bei der BDG und den Behörden für die gute Zusammenarbeit. Der Präsident spricht auch einen grossen Dank an die Geschäftsleitung und die Mitarbeitenden von GST und Gstaad Marketing sowie den Vorstandsmitgliedern für den grossen Einsatz aus. Richard Müller bedankt sich bei Oliver Waser für sein persönliches Engagement.

Die nächsten Termine von GST sind der Event «Gesprächsstoff» im dritten Quartal 2022, der genaue Termin wird noch bekannt gegeben. Das Datum der nächsten Hauptversammlung ist Donnerstag, 11. Mai 2023, Ort noch offen.



Oliver Waser, Präsident



Anja Auger-Brand, Protokollführerin





IMPRESSUM

Herausgeber: Gstaad Saanenland Tourismus

Satz und Layout: Müller Marketing & Druck AG

Auflage: 8'500

Druck: CH Media

Vertrieb: Müller Medien AG, Anzeiger von Saanen

Destination Gstaad

GSTAAD

SAANEN

SCHÖNRIED

SAANENMÖSER

ZWEISIMMEN

LAUENEN

GSTEIG

FEUTERSOEY

TURBACH

ABLÄNDSCHEN
