

30.05.2024 - 14:32 Uhr

Starke Leistung: 2023 von Wachstum und Innovationen geprägt



Starke Leistung: 2023 von Wachstum und Innovationen geprägt

Gstaad, 30. Mai 2024 * * * Gstaad Saanenland Tourismus (GST) lud am 29. Mai 2024 zur ordentlichen Hauptversammlung. Erfreuliche Zahlen zur touristischen Entwicklung, Wahlen von neuen Personen in den Vorstand sowie in die Geschäftsprüfungskommission (GPK) waren traktandiert. Ein Rückblick auf vergangene Projekte liess Highlights aus einem starken Tourismusjahr 2023 Revue passieren. Insgesamt 89 Mitglieder und 44 Nicht-Mitglieder begrüßte GST-Präsident Oliver Waser im Gemeindesaal Zweisimmen.

An der Hauptversammlung in Zweisimmen blickte GST auf das erfolgreiche Geschäftsjahr 2023 zurück. Es war geprägt von herausfordernden und erfüllenden Momenten. Trotz globaler Turbulenzen und komplexer meteorologischer Verhältnisse im vergangenen Winter (22/23) hat es GST geschafft, die Position von Gstaad als eine der führenden Schweizer Tourismusdestinationen zu stärken. Mit Blick in die Zukunft stellt der Klimawandel die Bergregionen generell vor neue Anforderungen. In Bezug auf den Sommer- und Herbsttourismus ergeben sich daraus Chancen. Gleichzeitig bringen die klimatischen Veränderungen erhebliche Herausforderungen in Bezug auf den Wintertourismus mit sich: «Die Zunahme von wärmeren und damit schneeärmeren Wintern ist Fakt. Wir tun gut daran, unsere Transformations- und Diversifizierungsstrategie im Schneesport konsequent voranzutreiben», erklärt Tourismusdirektor Flurin Riedi. Um auf diese Veränderungen zu reagieren, will die Destination gezielt in den Wintersport in höheren Lagen investieren und entwickeln in tiefer gelegenen Bereichen attraktive Alternativen.

Mehr Logiernächte und zurückgekehrte Fernmärkte

Der Jahresrückblick zeigt: 2023 konnte mit insgesamt 1,3 Millionen Logiernächten ein Plus von 1.1% zum bereits sehr starken Vorjahr generiert werden. Die reinen Übernachtungszahlen während der Sommersaison liegen über jenen der Wintersaison, ertragsmässig ist die Wintersaison jedoch weiterhin eine zentrale Treiberin. Die Umsätze in der Hotellerie entwickelten sich 2023 gegenüber dem Vorjahr erfreulich: Betriebe bis 3 Sterne konnten über das Jahr hinweg rund 20% mehr Umsatz generieren. Die 4-Sterne-Betriebe steigerten den Umsatz um 6%, 5-Sterne-Hotels nahmen 5% mehr ein (Tourismusbarometer GST in Zusammenarbeit mit der Universität Bern).

Die Fernmärkte sind 2023 stark zurückgekehrt – insbesondere Gäste aus den USA besuchten die Ferienregion Gstaad wieder sehr zahlreich (+18.7%). Sie vermochten jedoch die leichte Abnahme der Ankünfte aus dem wichtigen Heimatmarkt Schweiz sowie aus anderen europäischen Märkten nicht ganz wettmachen.

Top-Monate und Top-Events steigern Performance

Die positiven Umsatzzahlen widerspiegeln sich auch im Tourismus-Performance-Index (TPI) der Gesamtdestination. Der TPI legte gegenüber dem Vorjahr um 6% zu, der TPI pro Frequenz um 3%. Insbesondere in den Monaten Januar, Februar, Juli und September bis Dezember konnte gegenüber 2022 mehr Umsatz generiert werden. Die Besucherzahlen an den sechs Top Events stiegen erneut an und bringen so zuverlässig wertvolle Übernachtungsgäste in die führende Destination im Berner Oberland. Knapp 82'000 Schalterkontakte alleine in den drei Tourismusbüros Gstaad, Saanen und Schönried, über 36'000 verkaufte Tickets und ein Buchungsumsatz von knapp 2 Millionen sind für die knapp über 50 Mitarbeitenden von GST ein solider Leistungsausweis.

Geballte Ladung von Highlights

Die Integration von ganzjährigem Gratis-ÖV in der Gstaad Card bietet freie Fahrt mit Bahn und Bus ab der ersten Übernachtung. Die Karte ist auch im neu eingeführten E-Postauto von Saanen-Abschländschen-Jaun gültig. Die Verlängerung der Verbindung des Postautos zum Lauenensee bis Ende Oktober war ein voller Erfolg. Den Leistungsträgern steht mit der Tourismus Akademie Gstaad ein umfassendes Weiterbildungs- und Informationsangebot offen. Dieses Jahr wird die Tourismus Akademie Gstaad mit weiteren Themen wie Social Media, KI oder Employer Branding ergänzt. Das Schweizerische Nachhaltigkeitsprogramm des Schweizerischen Tourismusverbandes (STV) «Swisstainable» zertifizierte in einer ersten Phase bereits 86 Betriebe in der Ferienregion Gstaad. «Das Engagement rund um Swisstainable konnten wir erfolgreich ausrollen. 2024 wollen wir die Gesamtdestination auszeichnen», hält Patrick Bauer, Leiter Destinationsentwicklung und Nachhaltigkeit, fest.

Der neue «Kletterspielplatz» in Schönried steigert die Attraktivität für Einheimische und Feriengäste innerhalb des Familienangebotes Saaniland. Gesamthaft namen knapp 400 Kinder und Erwachsene verteilt über 8 Wochen im Sommer und Herbst am Saanis Familienprogramm teil. Das FondueLand wurde mit einem zusätzlichen XXL Fondue Caquelon in Lauenen nahe dem Lauenensee sowie dem weltweit ersten XXL Fondue Caquelon an einer Skipiste (Rinderberg) erweitert. Im Gebiet rund um das Eggli war die neue Trail Crew tätig: Im Sommer starteten zwei neue Mitarbeiter mit dem Ausbau der Mountain-Bike-Infrastruktur und werden dieses Jahr diese Arbeiten fortführen.

Herzstück Website: Digitalisierung und Marketing im Fokus

Veränderte technologische Anforderungen, eine neue digitale Markenwelt beim Hauptpartner Schweiz Tourismus und der Wunsch nach einem mehrdimensionalen Storytelling auf den eigenen Kommunikationskanälen bewegten Gstaad Saanenland Tourismus (GST) zum Relaunch ihrer Website. Im Zuge der Neulancierung wurden das Logo und das CI/CD für die digitale Kommunikation sanft optimiert: «Das Projekt begleitet uns seit rund einem Jahr intensiv. Die Reise von einem Refresh unseres Logos über ein neues und dem digitalen Zeitalter entsprechendes CI/CD war ein grosser Bestandteil des Website-Projektes. Zugleich wollen wir inhaltlich mehr Substanz und Storytelling bieten. Parallel dazu schärfen wir nun Botschaften, optimieren Bildwelten und haben so zukunftsfähige Werkzeuge für grössere Marketing-Projekte in den kommenden Jahren», hielt Ariane Ludwig, Leiterin Marketing & Verkauf bei Gstaad Saanenland Tourismus, fest.

Zusammen mit Lenk-Simmental Tourismus und Tourismus Adelboden-Lenk-Kandersteg entwickelt Gstaad Saanenland Tourismus ein gemeinsames Customer-Relationship-Management-System (CRM-System), um Gäste-, Sales- und Mediendaten zu erfassen und zu pflegen. Die Auswertung der Daten von Website und CRM-System erlaubt, ein klareres Bild der Gästebedürfnisse zu erhalten. GST will künftig ein noch zielgerichteteres und effektiveres Marketing betreiben. Parallel dazu werden die notwendigen Weichen gestellt, um die Themen im digitalen Marketing (Online-Advertising, Suchmaschinenmarketing, E-Mail Marketing etc.) zu optimieren.

Michel Brand löst Simon Bolton im Vorstand ab

Nach sechs Jahren trat Simon Bolton an der Hauptversammlung aus dem Vorstand zurück. An seine Stelle tritt Michel Brand aus Lauenen. Wiedergewählt in den Vorstand wurden Thomas Kernen, Sonja Kurth und Matthias Matti. Auch in der GPK gibt es ein Wechsel: Cornelia Walker tritt der Kommission anstelle von Tom Schild bei und wird im neuen Geschäftsjahr mitwirken. Wiedergewählt für den Einsitz in der GPK wurden Nathanael Perreten und Patrick Welten.

Gstaad Saanenland Tourismus als offizielle Destinationsmanagement-Organisation der Ferienregion Gstaad setzt sich für die regionale Angebotsentwicklung ein, verantwortet das Destinationsmarketing und betreibt neben den 8 Tourismusbüros in den Gemeinden Gsteig, Lauenen, Saanen und Zweisimmen auch diverse touristische Infrastrukturen. Neben dem Support der Leistungsträger durch aktiven Austausch und Weitergabe von Fachkompetenz, vernetzt Gstaad Saanenland Tourismus die verschiedenen Akteure entlang der touristischen Dienstleistungskette. Dabei berücksichtigt Gstaad Saanenland Tourismus gleichermassen die Bedeutung der Region als Lebensraum, Tourismusraum und Wirtschaftsraum.

Kontakt für weitere Fragen:

Gstaad Saanenland Tourismus
Ariane Ludwig-Meichtry
Leitung Marketing & Sales
Tel. [+41 33 748 81 19](tel:+41337488119)
ariane.ludwig@gstaad.ch



Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100097903/100919970> abgerufen werden.