

Medienmitteilung

Frisch in den Bergfrühling: Gstaad Saanenland Tourismus geht mit neuer Website live

Gstaad, 18. April 2024 * * * Gstaad Saanenland Tourismus überarbeitet die Markenwelt mit einem systematischen Rebranding und lanciert die Website www.gstaad.ch inhaltlich komplett neu. Das Projekt gilt als Meilenstein in der digitalen Evolution der Marke Gstaad, die sich laut dem preisgekrönten Werber Frank Bodin, der die Kreativleitung innehatte, durch distinguierte Eleganz und diskreten Luxus auszeichnet. Die Neugestaltung beinhaltet eine frische Corporate Identity und entsprechendes Corporate Design (CI/CD) sowie ein inspirierendes Storytelling mit authentischen Akteur:innen.

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 auf 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», erklärt die federführende Projektleiterin Ariane Ludwig, Leiterin Marketing & Verkauf bei Gstaad Saanenland Tourismus.

Optisch-inhaltlich fit für digitales Zeitalter

Mit dem bisherigen Logo lehnte sich Gstaad Saanenland Tourismus durch die Verwendung der Goldblume bei Schweiz Tourismus (ST) an. Im Zuge des Aufbruchs in die digitale Markenwelt hat ST die Goldblume nun hinter sich gelassen. Mit der neuen Website gehen die Digitalisierung und Auffrischung des Markenauftritts für die Ferienregion Gstaad nun Hand in Hand. Frank Bodin von bodin.consulting hatte den Anspruch, die besondere Qualität von Gstaad zum Ausdruck zu bringen – souverän, distinguiert und mit einem Touch diskretem Luxus. Bei der Auseinandersetzung mit der Logo-Geschichte Gstaads stach ihm ein kleines, aber feines grafisches Element ins Auge: Eine

GSTAAD

COME UP – SLOW DOWN

Linie, die die Wortmarke Gstaad einstmals unterstrichen hatte. Diese «Umlinie» ist im neuen Logo als Element integriert und bringt buchstäblich und bildlich eine Linie in den gesamten Auftritt.

Die neue Website beschränkt sich nicht nur auf eine visuelle Auffrischung, sondern modernisiert den gesamten Maschinenraum für die Zukunft des digitalen Marketings, wie Ronnie Oehri, Leiter Digitalisierung Gstaad Saanenland Tourismus, festhält: «Die eingesetzte Technologie mit Content Hub und modernem CMS korrespondiert nun mit unserem Destinationsmanagementsystem. So stellen wir die Weichen für die Digitalisierung im Marketing. In Zukunft können wir Daten aus einzelnen Systemen wie der digitalen Gstaad Card, unserem Chatbot, dem digitalen Concierge oder dem Newsletter-Tool – entlang den Vorgaben des Datenschutzes – aggregieren und so den Gast persönlicher, individueller und besser bedienen.» Mit der technischen Umsetzung wurde die Web-Agentur Pixelpoint betraut.

Beim Storytelling geht die Ferienregion Gstaad ebenfalls neue Wege, inhaltlich wie optisch. In attraktiven Erzählformaten in Bewegtbild porträtiert, lernen Gäste lokale Protagonisten mittels Kurzgeschichten und anderen journalistischen Formaten kennen. Auf ein unterhaltsam-dokumentarische Art erhalten Gäste inspirierende Geheimtipps für den nächsten Aufenthalt in der Ferienregion Gstaad.

Gelebte Coopetition: gemeinsam stark in der Region

Die neue Website bündelt Informationen für Gäste. Mit der Partnerwebsite werden künftig Informationen für Leistungsträger und B2B-Kunden kanalisiert. So können Partner gezielter angesprochen werden. Die nächste Projektphase gestaltet sich mit der Implementierung eines CRM-Tools mit bereits definierten Schnittstellen einfacher. «Wir leisten destinationsübergreifende Pionierarbeit. Das Projekt, das wir gemeinsam mit den Kollegen von Lenk Simmental Tourismus und Tourismus Adelboden-Lenk-Kandersteg lanciert haben, bringt uns alle weiter. Ausgehend von ähnlichen Anforderungen konnten Technologien gemeinsam einkaufen und so Arbeitsabläufe optimieren. Wir teilen aktiv Wissen und tauschen Erfahrungen aus. Gleichzeitig erhält jede Destination – abgestimmt auf ihre Positionierung – eine massgeschneiderte Umsetzung», hebt Flurin Riedi, CEO Gstaad Saanenland Tourismus, hervor. In den nächsten Monaten wird die Website unter Berücksichtigung des Verhaltens der Webseitenbesucher:innen laufend weiterentwickelt.

Auch bei nächsten Projekten sollen Synergien in der Zusammenarbeit über die Talgrenzen hinaus genutzt werden. In Zukunft können auch weitere touristische Leistungspartner in der Ferienregion Gstaad von diesen Synergien profitieren.

GSTAAD

COME UP – SLOW DOWN

Erstes Projekt im Verbund Berner Oberland West – gemeinsam digital

Die drei benachbarten DMOs im Berner Oberland, Gstaad Saanenland Tourismus (GST), Lenk Simmental Tourismus AG (LST) und Tourismus Adelboden-Lenk-Kandersteg AG (TALK) kooperieren seit rund zwei Jahren im Verbund Berner Oberland West. Für die Erneuerung der einzelnen Websites konnten die drei Organisationen mittels gemeinsamer Ausschreibung von Synergien in der Zusammenarbeit mit der Web-Agentur profitieren. Als weitere Kooperationsprojekte ist der Verbund daran die digitale Gästekarte sowie das digitale Marketing gemeinsam weiterzuentwickeln.

Gstaad-Saanenland Tourismus

Gstaad Saanenland Tourismus als offizielle Destinationsmanagement-Organisation der Region 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 Infrastrukturanlagen. Neben dem Support der Leistungsträger durch aktiven Austausch und Weitergabe von Fachkompetenz, vernetzt Gstaad Saanenland Tourismus die verschiedenen Akteure entlang der touristischen Dienstleistungskette.

Bildmaterial: [Gstaad Mediacenter](#)

- gstaad.ch
- [Key Story «Willy Aegerter» - Sommer](#)

Kontakt für weitere Fragen:

Gstaad Saanenland Tourismus
Ariane Ludwig-Meichtry
Leitung Marketing & Sales
Tel. +41 33 748 81 19
ariane.ludwig@gstaad.ch

Gstaad Saanenland Tourismus
Ronnie Oehrli
Leitung Digitalisierung & Innovation
Tel. +41 79 412 42 67
ronnie.oehrli@gstaad.ch