

18.06.2025 – 10:15 Uhr

Gemeinsam voraus: Die Ferienregion Gstaad positioniert sich für die Zukunft



32. ordentliche Hauptversammlung von Gstaad Saanenland Tourismus in Gsteig.

Gemeinsam voraus: Die Ferienregion Gstaad positioniert sich für die Zukunft

Gstaad, 18. Juni 2025 * * * Gstaad Saanenland Tourismus (GST) lud am 17. Juni 2025 zur ordentlichen Hauptversammlung. Neben erfreulichen Zahlen zur touristischen Entwicklung standen Wahlen sowie ein Ausblick auf künftige Herausforderungen und Chancen auf dem Programm. Ein Rückblick auf vergangene Projekte liess Höhepunkte aus einem starken Tourismusjahr 2024 Revue passieren. Präsident Oliver Waser begrüsst insgesamt 152 Anwesende in Gsteig.

Im Zentrum der strategischen Arbeit 2024 stand die Frage, wie sich die touristische Entwicklung der Ferienregion Gstaad künftig gestalten soll. In einem breit abgestützten, partizipativen Prozess mit dem Destinationsrat und der Bevölkerung wurde die Tourismusstrategie 2025+ verabschiedet. Die neue Strategie dient als Leitlinie für eine nachhaltige und qualitätsorientierte Ausrichtung. In Zusammenarbeit mit den Bergbahnen Destination Gstaad (BDG) wurde zudem die darauf aufbauende Marketingstrategie 2025+ erarbeitet. «Wir sind fest davon überzeugt, dass durch Zusammenarbeit, Innovation und vorausschauendes Handeln unsere Region auch in Zukunft nicht nur eine Weltklasse-Destination für unsere Gäste, sondern auch ein attraktives Zuhause für die Menschen bleibt, die hier leben», so Tourismusdirektor Flurin Riedi. Ergänzend hielt er fest, dass die Vielzahl an Aufgaben und Rollen im Geschäftsjahr 2024 nur dank dem unermüdlichen Einsatz aller Mitarbeitenden von GST sowie dem Einsatz der neun Dorfgemeinschaften möglich gewesen sei und sprach ein grosses Dankeschön an alle aus.

DMO 4.0 – neue Aufgaben für eine breitere Wirkung

Mit der Weiterentwicklung zur Destinationsmanagementorganisation DMO 4.0 übernimmt GST zunehmend Aufgaben, die über das klassische Destinationsmarketing, der Destinations- und Angebotsentwicklung und dem Unterhalt der Infrastrukturen hinausgehen: Dazu zählen Besucherlenkung, Tourismusakzeptanz sowie Stakeholdermanagement. Wie Riedi betont, erfordert dies ein koordiniertes Zusammenspiel aller Beteiligten – es

geht nicht nur um eine behutsame Entwicklung des Tourismus in der Region, sondern auch um die aktive Gestaltung eines lebenswerten Raums für alle Anspruchsgruppen.

Stabiles Tourismusjahr mit positiver Entwicklung in den Fernmärkten

Mit insgesamt über 1,26 Millionen Logiernächten (Hotels, Ferienwohnungen, Gruppenunterkünfte / Campings) verzeichnete die Ferienregion Gstaad 2024 einen leichten Rückgang von 1.5 % gegenüber dem Vorjahr. Die Sommermonate entwickelten sich erfreulich: ein vielfältiges Angebot, starke Events und hochwertige Dienstleistungen prägten das Bild. Rückgänge waren vor allem im Winter 2023/2024 sichtbar, insbesondere in den Monaten Februar und März 2024. Hier bewährte sich die technische Beschneidung, um Schneesportangebote aufrechtzuerhalten. Die Nachfrage aus der Schweiz – dem mit rund 70 % bedeutendsten Quellmarkt – war leicht rückläufig, ebenso aus Deutschland. Dafür legten die Fernmärkte USA und Brasilien markant zu. Eine zentrale Herausforderung war die Reduktion von verfügbaren Bettenkapazitäten aufgrund Investitionen und Konzeptwechsel in Hotelbetrieben.

Rückblick: Ein Jahr voller Entwicklung und Umsetzung

Das Geschäftsjahr 2024 war geprägt von der erfolgreichen Umsetzung zahlreicher Projekte. Die neue Gäste- und Partnerwebsite wurde lanciert, ebenso die Kampagne «Zeit für Mehr», die den Claim «Come Up – Slow Down» neu inszenierte. Mit dem zweiten Schweizer Wandergipfel, dem Ausbau des Saanis Familienprogramms auf vier Wochen im Sommer & Herbst, der Eröffnung des Spielplatzes in Gstaad sowie der Erweiterung des Fondue-lands in Abländschen mit dem XXL-Fonduecaquelon, konnte die Angebotsvielfalt weiter gestärkt werden. Die Tourismus Akademie Gstaad etablierte sich mit insgesamt 14 Kursen als wichtiges Instrument zur Qualitätsentwicklung: «Mit der Tourismus Akademie schaffen wir ein praxisnahes Weiterbildungsangebot, das unsere Leistungspartner stärkt und die Qualität im Tourismus langfristig sichert – oder dort verbessert, wo Optimierungspotenzial besteht. Ab 2025 bündeln wir dafür unsere Kräfte mit dem Hotelierverein Gstaad Saanenland», erklärt Flurin Riedi. Der Ausbau von Mountainbike-Strecken ging mit der Trail-Crew bereits in die zweite Saison sowie die Fortführung der PostAuto-Verbindung Saanen–Jaun Bergbahnen rundete ein operativ starkes Jahr ab.

«Unsere strategische Ausrichtung trägt bereits erste Früchte. Die Tourismusstrategie 2025+ stärkt unsere Position mit klaren Prioritäten: die exzellente Qualität, der behutsame, nachhaltige Umgang mit Traditionen und ein vielfältiges Erlebnisangebot bietet eine bunte Palette für unseren Gästemix. Ein ausgewogenes Miteinander aller Anspruchsgruppen und die lokale Zusammenarbeit in Kombination mit Innovation und vorausschauendes Handeln sind zentrale Erfolgsfaktoren für eine zukunftsfähige Destination», hält Flurin Riedi fest.

Ausblick Sommer 2025: Positive Nachfrage, vielfältiges Angebot

Die vergangene Winter-Hochsaison 2024/2025 war geprägt von sehr guten Schneeverhältnissen, was bereits etliche Folgebuchungen für den nächsten Winter auslöste. Für den Sommer 2025 erwartet GST eine starke Saison: Die Wander- und Bikeangebote überzeugen, das Angebot wird durch den Gstaader Eventsommer sowie die Einführung des Magic Pass ergänzt. Wir hoffen natürlich auf stabiles Sommerwetter, damit auch der Heimmarkt Schweiz den Bergsommer voll und ganz geniessen wird. Dass viele Gäste weiterhin kurzfristig buchen, wird uns aber wohl auch diesen Sommer begleiten. Laut Riedi dürfte auch der US-Markt im Sommer stabil bleiben, während im Winter wegen der Wirtschaftslage Unsicherheiten bestehen.

Erstmals wurde an der HV die neue Auszeichnung «Gstaad ÄCHT – VO HIE» vorgestellt: Die Ferienregion Gstaad steht seit jeher für hohe Qualität, gelebte Innovation sowie für Tradition und Authentizität. Dieses Potenzial möchte GST verstärkt nutzen und stellt den regionalen Produzenten eine Auszeichnung zur Verfügung: «Gstaad ÄCHT – VO HIE». Das Prädikat kennzeichnet echte regionale Produkte und soll sowohl Gäste als auch Einheimische bei ihrer Kaufentscheidung zugunsten lokaler Erzeugnisse positiv beeinflussen. Die Initiative fördert die Zusammenarbeit zwischen den Produzenten und stärkt die Vermarktung regionaler Produkte in Verbindung mit dem Tourismus.

Impulsreferat vom ehemaligen Schweiz-Tourismus-Direktor

Jürg Schmid (Partner bei Schmid Pelli & Partner und Präsident von Graubünden Ferien) beleuchtete im Rahmen seines Gastreferats die grossen Trends im internationalen Tourismus: Themen wie Overtourismus, Besucherlenkung, Nachhaltigkeit, Qualitätstourismus und Verträglichkeit mit der Bevölkerung gewinnen weiter an Bedeutung. Dabei werde der klassische Luxus zunehmend durch das Streben nach Erlebnissen mit Erinnerungswert ergänzt. Die Ferienregion Gstaad sei im globalen Wettbewerb um Erlebnisse gut für die Zukunft gerüstet, versicherte der frühere Direktor von Schweiz Tourismus.

Wahlen: Kontinuität und neue Impulse

Richard Müller hat als Vizepräsident von GST die strategische Entwicklung der Destination massgeblich geprägt

und verlässt den Vorstand nach 5 Jahren. Besonders hervorzuheben ist sein Engagement in der Tourismusstrategie 2025+ sowie beim Aufbau des Destinationsrats. Neu wurde Joe Bürki aus Schönried in den Vorstand gewählt. Heidi Schopfer wurde als Mitglied bestätigt.

In der GPK werden Caroline Healey und Stefan von Grünigen neu Einsitz nehmen. Wiedergewählt wurde Pascal Bangerter. GST bedankt sich bei allen ausscheidenden Mitgliedern für ihre wertvolle Mitarbeit in den letzten Jahren. Die statutarischen Traktanden wurden ohne Gegenstimme verabschiedet.

Herausgepickte Höhepunkte zeigen Angebotsqualität

- 1,26 Millionen Gesamt-Logiernächte (-1,5 %) – stabile Bilanz trotz einer etwas tieferen Bettenkapazität im Vergleich mit dem Vorjahr
- Tourismusstrategie 2025+ als neue Leitlinie verabschiedet
- Lancierung Magic Pass ab Mai 2025 erhöht Attraktivität der Sommer- und Herbstsaison
- Familienprogramm mit 235 Teilnehmenden
- 72'963 ausgestellte Gstaad Cards (+26 %)
- 1.45 Millionen CHF Buchungsumsatz über Website & Online-Shop
- Zweite Saison der Trail-Crew erfolgreich abgeschlossen
- XXL-Fondue in Abländschen, neuer Spielplatz in Gstaad eröffnet
- 143 Kilometer Winterwanderwege präpariert
- Tourismus Akademie Gstaad: 14 Kurse, 2025 neu in Kooperation mit dem Hotelierverein

Kontakt für weitere Fragen:

Gstaad Saanenland Tourismus
Ariane Ludwig-Meichtry
Leitung Marketing & PR, Mediensprecherin
Tel. [+41 33 748 81 81](tel:+41337488181)
ariane.ludwig@gstaad.ch

Gstaad Saanenland Tourismus

Gstaad Saanenland Tourismus als offizielle Destinationsmanagement-Organisation versteht sich heute als Tourismusentwickler und Lebensraum(mit)gestalter der Region. Sie setzt sich für die regionale Angebotsentwicklung ein, verantwortet das Destinationsmarketing und betreibt neben den acht 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.

Medieninhalte



Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100097903/100932676> abgerufen werden.