

# Anzeiger von Saanen

---

## Flurin Riedi folgt auf Sébastien Epiney

Fr, 22. Mär. 2019



**Der 37-jährige Flurin Riedi hat die Ferienregion Andermatt mitentwickelt. FOTOS: BLANCA BURRI**

**Flurin Riedi wird Gstaad Saanenland Tourismus (GST) künftig führen. Präsident David Matti stellte den neuen Geschäftsführer an der Hauptversammlung vom vergangenen Dienstagabend vor. Der GST schreibt schwarze Zahlen.**

## BLANCA BURRI

Es geht Schlag auf Schlag: Vor einer Woche unterschrieb er den Vertrag, am Dienstagabend wurde er der Öffentlichkeit vorgestellt: Flurin Riedi wird neuer Geschäftsführer von GST. Spätestens Anfang Juli wird der 37-Jährige die Stelle antreten. Sein Vorgänger Sébastien Epiney verlässt die Destination bereits Ende März. «Mit einem weinenden Auge», wie er an seiner erst zweiten, aber letzten Hauptversammlung sagte. Er verlässt die Destination aus persönlichen Gründen und kehrt ins Wallis zurück. «Im Leben kann man nicht alles planen», meinte er. Der Abschied fällt ihm nicht einfach, das spürte man, als er sich bei allen Einwohnern und Partnern für seine gute Zeit in Gstaad bedankte und anfügte: «Als glücklicher Gast komme ich wieder.»

### Ein Bergler

Sein Nachfolger Flurin Riedi ist in Schattdorf im Kanton Uri aufgewachsen. Er hat sein touristisches Rüstzeug in der Ferienregion Andermatt geholt, wo er die touristische Entwicklung in verschiedenen Funktionen prägte. Zuletzt war er dort vier Jahre lang Tourismusdirektor. Der diplomierte Tourismusfachmann und KMU-Manager befindet sich momentan in einem Gastspiel beim Bikeunternehmen Thömus. Er ist für die Konzeption, den Aufbau und Betrieb des geplanten Swiss Bike Parks verantwortlich. Er ist verheiratet und Vater einer Tochter. Zuletzt wohnte er in Thun. Der ehemalige Elite-Mountainbiker freut sich auf die neue Funktion: «Mir ist bewusst, dass ich eine herausfordernde, aber sehr spannende Aufgabe in einer der bekanntesten Destinationen überhaupt übernehme.»

### Weitere Wechsel

Auch Vizedirektor Andreas Zoppas verlässt den GST, bleibt der Region aber treu. Seine Stelle wurde noch nicht besetzt. Die zwei Abgänge bewogen den GST-Vorstand dazu, die Strukturen zu überdenken. Das operative Führungsteam besteht neu nur noch aus zwei und nicht mehr drei Stufen, was eine schlanke und agile Unternehmung garantieren soll.

Bis der neue Geschäftsführer beginnt, wird Vizedirektorin Andrea Riggerbach die operative Führung übernehmen.

### Geschäftsführer statt Tourismusdirektor

Sébastien Epiney war als Tourismusdirektor von der Destination Gstaad angestellt. Sein Nachfolger wird sich nicht mehr Tourismusdirektor, sondern Geschäftsführer von GST nennen. «Die Bezeichnung der Stelle hat keinen Einfluss auf deren Pflichtenheft», versichert Präsident David Matti auf Anfrage. Das Pflichtenheft bleibt also gleich umfangreich, der Name aber wechselt, weil die Bezeichnung Tourismusdirektor aus der Mode gekommen sei.

### Die Destination weiterentwickeln

Die Bergbahnen-Thematik habe in den letzten Jahren viele Ressourcen gebunden, bilanzierte David Matti. Nun könne man sich neu orientieren. «Wir wollen uns der Weiterentwicklung der Infrastruktur widmen und neue Projekte angehen.» Dazu gehören die künstliche Beschneidung von Langlaufloipen, die Inszenierung vom Rellerli, verschiedene Digitalisierungsprojekte, die zwei Themenwege «Kids and Family» und die Weiterentwicklung der Spielplätze.

### Neuerungen

Seit kurzem gibt es eine Kooperationsvereinbarung zwischen den Gemeinden, den Tourismusorganisationen und den Kantonen Waadt und Bern. Sie heisst Convention Sarine und soll die Zusammenarbeit der beiden Gebiete Saanenland und Pays-d'Enhaut vereinfachen. «Die Convention Sarine ist innerhalb von nur vier Monaten ausgearbeitet und unterzeichnet worden», freut sich Sébastien Epiney. Von der Zusammenarbeit könne das Saanenland stark profitieren, weil es nun einfacher sei, die potenziellen Gäste aus dem Pays-d'Enhaut zu erreichen.

---

Epiney informierte, dass die Destination im Bereich Markenschutz zwei Drittel der bisherigen Kosten sparen wird, weil sie mehr Aufgaben selbst übernimmt und eine günstigere Anwaltskanzlei verpflichtet hat.

Die Giftcard, welche im vergangenen Herbst lanciert worden war, sei sehr gut angelaufen. «Bisher haben wir einen Umsatz von 120'000 Franken generiert», informierte der Tourismusedirektor. Aber noch sei man nicht am Ziel. «Wir wünschen uns, dass noch viel mehr Geschäfte mitmachen.»

### **Gute Zahlen**

Andrea Riggenbach konnte gute Zahlen präsentieren. Bei einem Ertrag von 8,6 Mio. Franken blieb ein Gewinn von 12'304 Franken. «Wir sind nicht gewinnorientiert, sondern investieren alles wieder in unsere Dienstleistungen und Infrastrukturen», sagte sie.

Sébastien Epiney präsentierte die Zahlen der Logiernächte. Die Destination verzeichnete 4,8 Prozent mehr Gäste als im Vorjahr. Bei der Präsentation fiel eine Grafik besonders auf: Die meisten Gäste übernachteten in Chalets und Ferienwohnungen (567'216 Logiernächte), danach folgen die Hotels (361'891) und die Campingplätze sowie Gruppenunterkünfte (99'605). Letztere legten dank dem sonnigen Wetter um 13,6 Prozent zu.

### **«David Matti ist eine Schlüsselfigur»**

Die Versammlung wählte Philipp Reber, Simon Graa und Urs Zumbrunnen für weitere drei Jahre in die Geschäftsprüfungskommission. Der Lauener Pascal Bangerter ersetzt Ruth Oehrli. Auch im GST-Vorstand gab es Wahlen: Matthias Oehrli und David Matti wurden für weitere drei Jahre wiedergewählt.

Vizepräsident Carlo Bommès wand dem Präsidenten bei der Wahl ein Kränzchen: «Er ist eine Schlüsselfigur, gerade auch, was den Austausch zwischen GST und Bergbahnen Destination Gstaad angeht.»

### **Gemeinsam vorwärts**

Sébastien Epiney unterstrich Bommès' Aussagen. «Die Basis für die gemeinsame Zukunft von GST, Bergbahnen Destination Gstaad und der Marketinggesellschaft ist nun definitiv gelegt.» Ein institutionalisierter Austausch der Geschäftsleitung, der Präsidenten und der weiteren Teilhaber der Marketinggesellschaft bringe die Unternehmen vorwärts.

---

## **KOMMENTAR**

«Möge die Ehe lange halten»

Noch bis vor kurzem haben sich die Bergbahnen Destination Gstaad (BDG) und Gstaad Saanenland Tourismus (GST) oft verbal angegriffen. Ob hinter vorgehaltener Hand oder öffentlich, sie haben sich häufig den Schwarzen Peter für Misserfolg und Ungereimtheiten in die Schuhe geschoben. Damals steckte die BDG in tiefroten Zahlen, eine Sanierung war unumgänglich und trotzdem höchst umstritten. Auch GST konnte durch die Finanzkrise und den Frankenschock ein paar Jahre lang keine touristischen Höhenflüge ausweisen.

Das ist Geschichte. Die BDG ist saniert und verfolgt ihr Erneuerungskonzept gradlinig. Sie steigert die Pistenqualität, frischt die Restaurants optisch auf und investiert in die Mitarbeiterfreundlichkeit. Das zahlt sich aus: Es gab diesen Winter keinen einzigen negativen Leserbrief. Auch GST schläft nicht. Er hat sich einer Schlankheitskur unterzogen, indem er den Kadermitarbeitern mehr Kompetenz zugesteht, eine Führungsstufe aufhebt und somit künftig agiler reagieren kann.

Das allerbeste aber ist, dass die beiden wichtigsten Tourismusplayer der Region nun endlich zusammen sprechen (können). Als verbindendes Element wirkt ihre Tochtergesellschaft, die Gstaad Marketing GmbH. Sie richtet das gesamte Marketing für beide Partner aus. Man könnte sagen, dass nicht nur die Verlobung, sondern auch die Heirat der beiden Unternehmen geglückt ist. Das erste gemeinsame Kind etwickelt sich dank hervorragenden Mitarbeitern

bestens. Die Marketingfirma trägt den Namen als dynamische, junge und fitte Marke in die ganze Welt hinaus. Gemeinderat Thomas Frei sprach an der Hauptversammlung von dieser Hochzeit und meinte: «Möge die Ehe lange halten.» Dem schliesse ich mich an.

BLANCA BURRI



Category: Tourismus, Saanen

---

## Kommentare

### Neuen Kommentar schreiben

**Vorname \***

**Nachname \***

**Email-Adresse \***

Die Emailadresse wird nicht veröffentlicht oder an dritte weitergegeben. Sie wird nur zu Kontaktzwecken im Zusammenhang mit diesem Kommentar verwendet.

**Meinung/Kommentar \***

CAPTCHA

Diese Frage hat den Zweck zu testen, ob Sie ein menschlicher Benutzer sind und automatisiertem Spam vorzubeugen.