

# «Gelassen sein ist nicht immer einfach»

Sébastien Epiney, neuer Direktor von Gstaad Saanenland Tourismus, will die Wahrnehmung als Skidestination verstärken und das Biken und Velofahren bequemer gestalten.

DANIEL STAMPFLI

**Sébastien Epiney, Ihr Vorgänger Martin Bachofner sagte vor seinem Weggang, dass sein Nachfolger eine gute Portion Gelassenheit, eine gute Portion Humor und grosse strategische Fähigkeiten, kombiniert mit Sozialkompetenz benötigt. Haben Sie alle diese Qualitäten?**

Über Sozialkompetenz, strategische Fähigkeiten und Humor verfüge ich. Doch Gelassenheit zu bewahren, ist im Tourismus nicht immer einfach.

**Fühlen Sie sich schon als richtiger Berner Oberländer?**

Nein, aber ich fühle mich hier in der Region sehr wohl. Ich bin mir auch nicht sicher, ob sich alle Einwohner des Saanenlandes als echte Berner Oberländer fühlen. Denn Gstaad ist weit mehr als Berner Oberland. Es handelt sich vielmehr um eine internationale Destination, mit starken Verbindungen auch in Richtung Romandie mit dem Pays-d'Enhaut und dem Waadtland. So betrachtet ist die



Sébastien Epiney: «Die wohlhabenden Leute sind wichtig für die Region um Gstaad.»

Raphael Faux

Destination Gstaad eine besondere Region.

**Welches ist der Hauptunterschied zwischen Gstaad Saanenland und der Destination Nendaz, wo Sie vorher tätig waren?**

Gstaad zeichnet sich durch hochwertige Qualität aus. Die Region verfügt

über die besten Hotels im 4- und 5-Sterne-Bereich im gesamten Alpenraum. Weiter ist das Angebot hier sehr breit aufgestellt und damit breiter als in Nendaz. Gemäss einer Studie gilt die Destination Gstaad als die vielseitigste im Alpenraum. Ein besonderes Merkmal sind hier auch die vielen gut betuchten Gäste. Mehr finanzielle

Probleme als in Nendaz haben hier die Bergbahnen. Sie mussten saniert werden und werden jährlich mit rund 4 Millionen Franken an öffentlichen Geldern unterstützt. In der Destination Nendaz hingegen sind die Bergbahnen profitabel und werden vollständig privat betrieben.

**Was haben Sie seit Ihrem Stellenantritt schon angepackt?**

Eines ist die Unterzeichnung eines Rahmenvertrages mit der Nachbarregion Lenk Simmental Tourismus. Und ein sehr wichtiger Schritt war die Zurückgewinnung des Domain-Namens gstaad.com, den die Tourismusorganisation 2006 an eine Privatperson verloren hatte. Es ist uns nun Anfang 2018 gelungen, mit dieser eine Einigung zu erzielen. Der Besitz des Domain-Namens durch die Tourismusorganisation ist für die internationale Vermarktung von Gstaad sehr wichtig. Sehr am Herzen liegt mir auch die Optimierung der Zusammenarbeit mit den wichtigsten Playern der Destination, wie etwa den Bergbahnen, den Gemeinden der Region und anderen Dienstleistern.

«Mit den sechs 5-Sterne-Hotels streben wir eine bessere und vertiefte Kooperation an.»

**Gehört auch die Hotellerie dazu?** Eigentlich ist sie gut integriert. Doch besteht eine grosse Palette an Hotels, von 5-Sterne-Superior-Betrieben bis zu kleineren Inhaber-geführten Hotels. Dies macht es für den lokalen Hotelierverein und die Tourismusorganisation nicht einfach, für alle eine zufriedenstellende Lösung anzubieten. Mit den sechs 5-Sterne-Hotels streben wir eine bessere und vertiefte Kooperation an.

**Gstaad hat das Image von Luxus-tourismus und reichen Chaletbesitzern. Braucht es eine Neupositionierung?** Ich mag den Ausdruck Luxus nicht, zu viele Segmente werden dadurch ausgeschlossen. Ich spreche lieber von einem Premium-Produkt mit internationalem Bekanntheitsgrad. Die Wohlhabenden, die über eine hohe Kaufkraft verfügen, sind wichtig für die Region, da sie als Mäzene unter

anderem Events unterstützen. Auch am Ausbau von Infrastrukturen beteiligen sie sich finanziell. Ein Beispiel ist der Flugplatz in Saanen, der ausgebaut wird und Ende Mai oder Anfang Juni eröffnet werden soll. Gut die Hälfte der Investitionen in Höhe von rund 30 Millionen Franken wird durch Private finanziert. Auch Normalverdiener kommen voll auf ihre Kosten und sind in der Destination Gstaad willkommen. Insbesondere die Bergbahnen benötigen eine gewisse Menge an Fahrgästen, dazu zählen auch Tagesgäste. Entsprechend breit für die unterschiedlichsten Gäste ist auch das Angebot an Übernachtungsmöglichkeiten, inklusive einer modernen Jugendherberge.

**Ihr Vorgänger wollte Biken und Velo pushen. Er kam damit aber nicht so weit, wie er beabsichtigte. Wie wollen Sie dieses Ziel erreichen?**

Biken und Velofahren sind nach dem Wandern die zweitbeliebtesten Sommeraktivitäten. Wir werden beide Aktivitäten weiter entwickeln. Gstaad ist jedoch eine Genussdestination. Deshalb wollen wir das Biken und Velofahren einfacher zugänglich machen, etwa durch E-Biking und E-Cycling. Deshalb arbeiten wir daran, ein Netz an Ladestationen aufzubauen. Aber auch fürs Wandern entwickeln wir neue Produkte, wie etwa Themenwege für Familien, die wir in zwei Jahren realisiert haben wollen.

**Welche Ziele haben Sie für 2018?**

Gstaad vermehrt als Skidestination und Sportregion zu positionieren. Schneesport ist im Winter nach wie vor die Hauptaktivität unserer Gäste, die auch die grösste Wertschöpfung generiert. Als Walliser und ehemaliger Spitzensportler finde ich es schade, dass Gstaad in der Schweiz und im Ausland nicht unbedingt als Skidestination wahrgenommen wird, obwohl wir über ein sehr attraktives Skigebiet verfügen. Dies wollen wir ändern. Ein erster Schritt wurde mit dem Top4-Skipass zusammen mit Adelboden-Lenk, Jungfrau und Meiringen-Hasliberg bereits gemacht. Ein mittelfristiges Ziel ist die Stärkung des MICE-Bereichs. Damit sollen insbesondere die Hotels mit guter Seminar-Infrastruktur in der Zwischensaison künftig besser ausgelastet sein. Mittelfristig möchten wir auch die Solidarität zwischen den verschiedenen Leistungsträgern und auch zwischen den einzelnen Dörfern des Saanenlandes noch intensivieren. Neben einer starken Identifikation der einzelnen Gemeinden und Leistungserbringern braucht es ein Verständnis für das gemeinsame Wohl.

**Das Projekt Kulturzentrum «Les Arts» kommt nicht vom Fleck, und die Finanzierung ist noch nicht gesichert. Glauben Sie an eine Realisierung?**

Ich persönlich bin desbezüglich eher skeptisch. Das Projekt «Les Arts» ist sehr ambitioniert, da sehr gross und sehr teuer. Ob das seit Jahren aufgegleiste Projekt in der geplanten Form tatsächlich realisiert wird, ist zurzeit ungewiss. Die Verantwortlichen sollten sich eine Deadline von einem Jahr setzen und danach entscheiden, ob sie das Projekt in dieser, in einer redimensionierten Form weiter vorantreiben oder es schubladisieren werden. Gstaad braucht eine entsprechende Infrastruktur, da die Region über ein kulturell sehr grosses und qualitativ hochstehendes Angebot verfügt. Es gibt durchaus andere Projekte, die von Privaten finanziert würden. Diese warten jedoch ab, bis in Sachen «Les Arts» eine Entscheidung gefällt wird.

**Zur Person Von der Pharma über Nendaz nach Gstaad**

Sébastien Epiney (50) ist seit 1. Oktober 2017 Direktor von Gstaad Saanenland Tourismus und Vorsitzender der Geschäftsführung von Gstaad Marketing. Zuvor war er während 15 Jahren Direktor der Nendaz Tourismus AG. Vor seinem Einstieg in den Tourismus arbeitete Sébastien Epiney während sieben Jahren im Pharmabereich, zuerst als Key Account Manager, dann als Marketing- und Verkaufsleiter für den Schweizer Markt. Epiney stammt aus Anniviers VS, ist verlobt und spricht neben Französisch auch Deutsch, Englisch und Italienisch. dst

ANZEIGE

hotelbildung.ch  
hotelleriesuisse

**e-Hotelmarketing 2018**  
Nächster Kursbeginn: 10. April 2018

Erfahren Sie im Hotel Schweizerhof in Luzern alles zum Thema Digital Marketing für die Hotellerie:

- Online Marketing
- Revenue Management
- Distribution
- Smartphone als Marketing- und Kundenbindungstool
- Newsletter-Marketing
- CRM
- Social Media
- Hotel Website

Die Module können frei kombiniert werden. Nach Abschluss aller acht Module sind Sie in der Lage, eine eigene Digital-Marketing Strategie zu erarbeiten und in die Strukturen Ihres Betriebes zu integrieren.

**Melden Sie sich noch heute an und profitieren Sie von einem grosszügigen Mitgliederrabatt!**

Weitere Informationen und Anmeldung unter:  
[www.hotelbildung.ch/e-hotelmarketing](http://www.hotelbildung.ch/e-hotelmarketing)

hotelleriesuisse  
Monbijoustrasse 130  
Postfach  
CH-3001 Bern  
Telefon +41 31 370 43 01  
Telefax +41 31 370 44 44  
unternehmerbildung@hotelleriesuisse.ch  
[www.hotelbildung.ch/e-hotelmarketing](http://www.hotelbildung.ch/e-hotelmarketing)

hotelleriesuisse  
Swiss Hotel Association