

**FIVB**  
BEACH VOLLEYBALL  
**WORLD TOUR**  
GRAND SLAM  
**GSTAAD**

---

**NACHHALTIGKEITS-  
BERICHT 2012**

---

## HIGHLIGHTS



### 99 % DER ZUSCHAUER

Der Beach Volleyball Grand Slam Gstaad kommt an:  
Für über 80% der ZuschauerInnen war das Turnier der Hauptgrund für den Besuch in Gstaad; über 99% aller ZuschauerInnen waren zufrieden oder sehr zufrieden mit dem Anlass, und 80% der ZuschauerInnen waren wiederkehrende Besucher.



### 32 500 LOGIERNÄCHTE

Die Region profitiert vom Event: 65% der nicht einheimischen ZuschauerInnen übernachteten in Verbindung mit dem Event in der Region. So löste das Turnier im Saanenland rund 32 500 Logiernächte aus.



### 50 % DER ZUSCHAUER

Mehr als 50% der ErstbesucherInnen kamen in Folge von persönlichen mündlichen Empfehlungen anderer ZuschauerInnen.



### 75 % DER ZUSCHAUER

Auf Nachhaltigkeit wird Wert gelegt:  
Mehr als 75% unserer ZuschauerInnen empfanden unseren Anlass als nachhaltig.



### 10 JAHRE

Wir können auf unsere Partner zählen:  
Zwei unserer Hauptsponsoren halten uns seit mehr als 10 Jahre die Treue. Und wiederum durfte das Turnier auf viele HelferInnen zählen, die seit mehreren Jahren an unserem Anlass helfen.

## INHALT

Der Beach Volleyball Grand Slam Gstaad – ein Portrait	7
Unsere Anspruchsgruppen	10
Nachhaltigkeit beim Beach Volleyball Grand Slam Gstaad	12
Das Wohlergehen unserer Besucher und Athleten ist uns wichtig	13
Ein Sportevent ist mehr als ein Sportevent: Auswirkungen auf die Region	20
Das Wertvollste, was wir haben: Wie wir der Umwelt Sorge tragen	27
Das Herzstück des Turniers: Unsere Mitarbeitenden und freiwilligen HelferInnen	37
Wir wollen besser werden	39
Kennzahlen auf einen Blick	40
GRI Content Index	42
Über diesen Bericht	44
Anhang	45

## IMPRESSUM

Organisation:	Sport Events Gstaad GmbH, Postfach 377, 3780 Gstaad Tel. 033 744 06 40, Fax 033 744 06 42, info@beachworldtour.ch, www.beachworldtour.ch
Publikation	März 2013
Konzept und Text:	Gabi Thoenen, Christine Eisenbeis, Sport Events Gstaad GmbH
Beratung Nachhaltigkeitsbericht:	Rütter+Partner, BSD Consulting, ITW Luzern
Kennzahlen Bereich Energie:	BKW FMB Energie AG Bern, Mark Iten
Gestaltung:	Müller Marketing & Druck AG, Gstaad
Fotografie:	Marco Felix, Mauricio Kaye (FIVB), Adrian Knecht, Camille Bugmann

## BEACH VOLLEYBALL GRAND SLAM GSTAAD EIN TURNIER VON WELTFORMAT!

### DATUM:

2.–8. JULI 2012

### ANZAHL TEAMS IM HAUPTTABLEAU:

JE 32 BESTE DAMEN  
UND HERREN TEAMS

### SITZPLÄTZE TRIBÜNE CENTER COURT:

6000, DAVON  
900 GEDECKTE  
VIP-TRIBÜNE

### SAND GESAMTHAFT:

2500 TONNEN HOCH-  
REINER QUARZSAND  
AUS BELGIEN

### TOTALES PREISGELD:

JE USD 300 000 FÜR  
DAMEN UND HERREN

### BESUCHER:

40 000

### TITEL- UND HAUPTSPON- SOREN:

1TO1 ENERGY (BKW  
FMB ENERGIE AG),  
COOP, SEAT

### SAND CENTER COURT:

280 TONNEN

### EVENT- PARTNER:

NÜSSLI, ORGATENT,  
EMNI, WINKLER,  
BÄCHLER+GÜTTINGER

### BUDGET:

CA. CHF 2,5 MIO.

### JOURNALISTEN:

ÜBER 200  
AKKREDITIERTE  
JOURNALISTEN

### VIP-BEREICH:

SKYLOUNGES, VIP-ZELT  
(600M<sup>2</sup>), VIP-TRIBÜNE,  
VIP-BAR

### PARTNERSPONSOREN:

SCHULTHESS KLINIK, CARLSBERG,  
INTERSIM, GSTAAD MOUNTAIN  
RIDES, SPORTTIP, HOTELIERVEREIN  
GSTAAD-SAANENLAND,  
SINALCO, SBB RAILWAY,  
SWISSTOPSPORT, SWISS VOLLEY,  
GRAPHAX, FLYER

### WORLD TOUR SPONSOREN:

SWATCH, MIKASA,  
DESCENTE

### MEDIENPARTNER:

SF SCHWEIZER FERNSEHEN,  
20 MINUTEN, BERNER  
ZEITUNG, TELEBÄRN,  
RADIO ENERGY

### MEDIEN:

NATIONAL 20 TV-  
STUNDEN, WELTWEIT  
ÜBER 200 STUNDEN,  
800 MEDIENBERICHTE

### ANZAHL HELPER:

500 FREIWILLIGE  
HELPER (INKL. OK)

## LIEBE LESERINNEN UND LESER

Wer in einer Umgebung lebt wie wir, ist darauf sensibilisiert, Sorge zur Natur zu tragen. Das war für uns eine wichtige Motivation, einen Nachhaltigkeitsbericht für den FIVB Beach Volleyball Swatch World Tour – 1 to 1 energy Grand Slam in Gstaad zu erstellen. Jedoch ist Nachhaltigkeit nicht nur in Sachen Umweltschutz ein grosses Thema. Für jedes Unternehmen und auch jeden Eventveranstalter muss nachhaltiges Arbeiten sowie nachhaltiger Erfolg ein Ziel sein. Aber wie arbeitet man wirklich nachhaltig? Wie erreicht man nachhaltigen Erfolg? Sind wir schon nachhaltig genug? Kann man überhaupt nachhaltig genug sein?

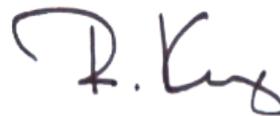
Seit nun 13 Jahren wird in Gstaad Beach Volleyball auf Weltklasseniveau gespielt. Aus einer Idee, die zu Beginn nicht jeder ernst nahm, ist ein Event entstanden, der unsere damaligen Erwartungen bei Weitem übertroffen hat. Wenn ich in der Schweiz unterwegs bin, ist es egal, in welcher Region ich mich befinde – auf den Beach Volleyball Grand Slam in Gstaad werde ich überall angesprochen. Unser Event ist eine Marke geworden. Unsere Hauptsponsoren halten uns seit vielen Jahren die Treue, die Beach-Volleyball-Fans haben sich unser Turnier jedes Jahr im Kalender rot angestrichen, unsere 500 freiwilligen HelferInnen kommen zum grössten Teil immer wieder, um mitzuhelfen, etwas Besonderes auf die Beine zu stellen.

Von Sportevents wird heute auch immer Spass, Unterhaltung und Spannung erwartet. So besteht die Gefahr, dass das sportliche Ereignis in den Hintergrund rückt und unwichtiger wird als der Eventcharakter und das «Drumherum». Unser Organisationskomitee legt grossen Wert darauf, dass bei unserem Event trotz «Side Events» der Sport im Vordergrund steht. Das Wohl der AthletInnen ist uns ein grosses Anliegen.

Die Bedeutung von sportlichen Grossveranstaltungen nimmt zu. Damit steigen auch die Erwartungen von allen Beteiligten, auch bezüglich Nachhaltigkeit. Der vorliegende Bericht konnte uns über wichtige Themen wie zum Beispiel die lokale Wertschöpfung, die indirekten wirtschaftlichen Auswirkungen, die unser Event auf die Region hat, aber auch über Themen wie Abfall und Entsorgung oder Mobilität Auskunft geben. Dadurch haben wir viel über unsere Auswirkungen gelernt. Alleine deswegen empfehle ich es allen Eventveranstaltern, diesem Beispiel zu folgen und einen Nachhaltigkeitsbericht für ihre Veranstaltung zu erstellen.

Unser Schritt, als erste der 22 Sportveranstaltungen von SwissTopSport einen Nachhaltigkeitsbericht nach den GRI/EOSS-Richtlinien zu erstellen, soll andere Eventveranstalter dazu animieren, Nachhaltigkeit ebenfalls in ihre Veranstaltung zu integrieren und auch darüber zu berichten. Der vorliegende, in einem Pilotprojekt entwickelte Bericht soll als Beispiel dienen. Die Erfahrungen, die wir gemacht haben, werden wir in einem Leitfaden weitergeben.

Das Projekt war eine Herausforderung für uns. Die Erfahrungen, die wir damit gemacht haben, sind sehr wertvoll. Und egal, wie etabliert, erfolgreich und beliebt eine Veranstaltung ist, Stillstand ist keine Option. Wir wollen jedes Jahr besser werden. Die Erstellung dieses Berichts ist ein weiterer Schritt auf diesem Weg. Wir sehen den Bericht als Standortbestimmung und nehmen ihn zum Anlass, weitere Massnahmen für einen nachhaltigen Beach Volleyball Grand Slam umzusetzen.



Ruedi Kunz, Turnierdirektor



**«GSTAAD IS BEAUTIFUL.  
THE CENTRE COURT AND SIDE COURTS  
ARE VERY NICE!»**



**1to1** energy

**1to1** energy

**1**

**«SITE IS BEAUTIFUL!  
ONE OF THE PLAYER'S FAVOURITE  
STOPS ON TOUR EVERY YEAR!»**

**STIMMEN  
VON SPIELERINNEN**



## DER BEACH VOLLEYBALL GRAND SLAM GSTAAD – EIN PORTRAIT

Der FIVB Beach Volleyball SWATCH World Tour 1to1 energy Grand Slam Gstaad, wie der Event mit ganzem Namen heisst, findet in einer einzigartigen und für diesen Sport untypischen Bergwelt statt. Die besondere Landschaft macht für TeilnehmerInnen, ZuschauerInnen und HelferInnen den Reiz des Turniers aus. Für die SpielerInnen ist die besondere Atmosphäre inmitten unserer Alpenwelt, mit einer der Gründe, weshalb der Grand Slam in Gstaad fest zu ihrem Tour-Kalender zählt. Auch wenn der Anlass, wie im 2012, unmittelbar vor den Olympischen Spielen durchgeführt wurde, gibt es kaum ein Team, das auf eine Teilnahme am Turnier in den Bergen verzichtet hat.

Die besonders aufwändige Landschaftspflege im Berggebiet durch unsere Bergbauern ist mitverantwortlich für die intakte Natur in dieser Region. Der Erholungswert für unsere Gäste ist als sehr hoch einzustufen. In der heutigen Zeit ist es nicht selbstverständlich, dass ein Grossanlass vor einer solchen Kulisse durchgeführt werden kann. Gerade deswegen ist es den Organisatoren ein besonderes Anliegen, zu dieser Umwelt Sorge zu tragen.

Der Beach Volleyball Grand Slam Gstaad hat für eine Randregion wie das Saanenland eine immense Bedeutung. Der Anlass wirkt sich positiv auf die lokale Wirtschaft und den Tourismus aus. Lokale Unternehmen und Vereine in den Bereichen Bau, Gastronomie, Reinigung und Sicherheit werden berücksichtigt. Der Anlass zieht ein anderes Klientel an als dasjenige, welches sonst seine Ferien im Saanenland verbringt. Oft wird Gstaad als Nobelkurort gesehen, in dem nur sehr wohlhabende und prominente Gäste ihre Ferien verbringen können. Unser Turnier aber zeigt, dass die Region Gstaad für jegliche Zielgruppen erreichbar ist. All die Anlässe helfen mit, unsere Region auch für junge, einheimische Menschen als Wohn- und Arbeitsort attraktiv zu halten.



to1 energy

energy

## VON EINER VERRÜCKTEN IDEE ZUM GROSSSPORT-EREIGNIS

Aus einer verrückten Idee ist etwas entstanden, das heute zu Gstaad gehört wie die Kühe zur Alp. Als ein paar Sportbegeisterte vor etwa 15 Jahren die Idee hatten, in Gstaad ein Beach-Volleyball-Turnier zu organisieren, wurden sie belächelt. Beach Volleyball – das gehöre, wie der Name sagt, an einen Sandstrand, nach Kalifornien oder nach Rio de Janeiro, dorthin eben, wo Beach Volleyball auch seinen Ursprung hat.

«Beach Volleyball gehört nicht in die Berge» – bekam Organisator Ruedi Kunz Ende der 90er-Jahre häufig zu hören. Von seiner Idee liess er sich dennoch nicht abbringen. Gemeinsam mit einer Gruppe hartnäckiger HelferInnen gelang es ihm, im Sommer 2000 das erste World-Tour-Turnier der Damen in Gstaad durchzuführen. Die Feuertaufe war erfolgreich – auch wenn es am Finaltag so kalt war, dass die brasilianischen Spielerinnen um einen Kübel mit heissem Wasser baten, um während der Spielunterbrechungen ihre Füsse darin aufzuwärmen.

Seit dem Jahr 2001 spielen sowohl Frauen und Männer um den Titel in Gstaad, und das Turnier ist zu einem der wichtigsten Grossanlässe in Gstaad und Umgebung avanciert. Mittlerweile gehört es zur Vereinigung SwissTopSport, welche die 22 wichtigsten Sportanlässe der Schweiz vereint. Im Jahr 2007 durfte Gstaad sogar die Beach-Volleyball-Weltmeisterschaften durchführen.

Diese Weltmeisterschaften gingen damals als die bis dato eindrücklichsten und stimmungsvollsten Weltmeisterschaften in die Geschichte des Weltverbandes FIVB (Fédération Internationale de Volleyball) ein. 2006 erhielt das Turnier in Gstaad Grand-Slam-Status und gehört somit zu den acht Turnieren der World Tour, auf welchen das höchste Preisgeld ausgeschüttet wird.



### WESHALB EIN NACHHALTIGKEITSBERICHT?

Mit dem vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht soll der Öffentlichkeit transparent dargelegt werden, in welchen Bereichen sich die Veranstaltung bereits engagiert, und wo der Grossanlass noch nachhaltiger werden kann.

Dies ist der erste Nachhaltigkeitsbericht des Beach Volleyball Grand Slams Gstaad. Es ist zudem der erste Nachhaltigkeitsbericht in der Schweiz, der nach den im Januar 2012 von der Global Reporting Initiative (GRI) veröffentlichten Richtlinien erstellt wurde, die sich spezifisch an Veranstalter richten. Um die Anwendung dieser neuen Richtlinien zu fördern, wurde der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht als Pilotprojekt von den Bundesämtern für Raumentwicklung (ARE), für Umwelt (BAFU) und Sport (BASPO) unterstützt und in Zusammenarbeit mit den beiden Firmen Rütter+Partner und BSD Consulting erstellt. Ziel war, die Praxistauglichkeit der GRI-Richtlinien zur Nachhaltigkeitsberichterstattung bei sportlichen Grossveranstaltungen zu testen. Die gesammelten Informationen und Erfahrungen werden in einem späteren Schritt in einem Leitfaden für Schweizer Sportveranstaltungen aufgearbeitet. Dieser Nachhaltigkeitsbericht wird zudem von Swiss Olympic und SwissTopSport ideell unterstützt.

Um unseren Nachhaltigkeitsbericht auch in Zukunft weiterzuentwickeln, sind wir auf das Feedback unserer LeserInnen angewiesen. Gerne nehmen wir dieses auf [info@beachworldtour.ch](mailto:info@beachworldtour.ch) entgegen.

## DAS TURNIER HEUTE

Heute steht das Turnier für die ganz besondere Kombination aus Beach Volleyball in einem untypischen Umfeld, nämlich inmitten des wunderschönen Gstaader Alpenpanoramas, lockerer Partyatmosphäre in einem Nobelkurort und der Vermischung einer modernen Trendsportart mit traditionellen Schweizer Werten. Dies macht die Veranstaltung bei Sportlern wie Zuschauern beliebt. Das Beach-Volleyball-Turnier in Gstaad ist einer der wenigen Anlässe in dieser Region, der auch den jungen Einheimischen einen hohen Unterhaltungswert bietet, den sie sich problemlos leisten können.

### Die besten BeachvolleyballerInnen in Gstaad

Die weltbesten AthletInnen waren auch 2012 wieder dabei. Einzig das deutsche Team Brink/Reckermann, das im August Olympiasieger wurde, musste wegen einer Verletzung absagen. Trotz den nachfolgenden Olympischen Spielen in London haben die SpielerInnen von Übersee nicht auf die Teilnahme verzichtet. Dabei zählte das diesjährige Turnier nicht mehr zur Olympiaqualifikation. In keiner anderen Sportart gab es in der Schweiz so kurz vor den Olympischen Spielen die Möglichkeit, das praktisch geschlossene Feld der SpitzenathletInnen aus aller Welt zu sehen.

In diesem Jahr kamen die SportlerInnen aus 27 verschiedenen Ländern: Belgien, Brasilien, Bulgarien, China, Estland, Frankreich, Georgien, Deutschland, Italien, Kasachstan, Lettland, Mauritius, Niederlande, Norwegen, Neuseeland, Österreich, Polen, Russland, Schweiz, Schweden, Spanien, Slowakei, Slowenien, Südafrika, Tschechien, USA und Venezuela. Insgesamt nahmen 55 Herren- und 48 Damen-Teams teil, von denen je 32 im Hauptfeld starteten. Pro Team reiste in den meisten Fällen ein Trainer mit an, und einige Teams brachten ihre eigenen Physiotherapeuten mit.

In diesem Jahr waren 200 Journalisten und MedienvertreterInnen für das Turnier akkreditiert. Die Akkreditierung lief über den Weltverband FIVB. Mit über 800 Medienberichten rund um das Turnier erzielten wir internationale Aufmerksamkeit. 2012 wurden die Beachvolleyballspiele vom Fernsehen in über 40 Länder übertragen und erreichten dabei 438 Millionen Haushalte.

### So sind wir organisiert

Die Sport Events Gstaad GmbH, die Organisatorin des Turniers, ist eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung mit Sitz in Gstaad. Gegenstand und Zweck der Gesellschaft ist die Organisation und Durchführung von Sportveranstaltungen sowie das Management von Sportteams. Die Sport Events Gstaad GmbH wurde in erster Linie gegründet, um den Beach Volleyball Grand Slam Gstaad durchzuführen. Die Sport Events Gstaad

GmbH verfolgt das Ziel, die Sportveranstaltung als absoluten Topanlass zu positionieren. Sie hat ihre Geschäftsstelle in Gstaad und ist mit zwei 100%-, drei 40%-, einer 25%-, zwei 20%-Stellen über das gesamte Jahr, einem Mandatsauftrag (Marketing/Kommunikation) sowie zwei Praktikanten für zwei respektive drei Monate besetzt (siehe auch Organigramm 1, S. 48).

Im Organisationskomitee (OK) sind 40 Mitglieder engagiert, sie setzen sich zusammen aus 72,5% Männer und 27,5% Frauen (siehe auch Organigramm 2, S. 49). Die meisten von ihnen sind seit der ersten Turnieraussage im Jahr 2000 dabei. Die OK-Mitglieder stehen im steten Kontakt mit der Geschäftsstelle, Anliegen können jederzeit angebracht werden. Acht Mitglieder sind im Steuerungskomitee als Vertreter der wichtigsten Organisationsbereiche. Mitglieder des Steuerungskomitees sind der Turnierdirektor, die Mitarbeiter der Geschäftsstelle, der Bauchef, der Marketingverantwortliche und der Rechtsdienst. Der Turnierdirektor ist gleichzeitig auch Leiter der Geschäftsstelle. Im Steuerungskomitee sind 62,5% Männer und 37% Frauen (12,5% unter 30 Jahre alt, 62,5% 30–50 Jahre alt und 25% über 50 Jahre alt). Eine Person hat die deutsche Staatsbürgerschaft, alle anderen sind SchweizerInnen. Sie treffen wichtige Entscheidungen gemeinsam.

### COUNTRY QUOTA – NUR VIER PAARE PRO NATION:

Da im Hauptfeld nur vier Paare pro Nation teilnahmeberechtigt sind, dürfen an der Qualifikation nur vier minus die Anzahl der schon für das Main Draw qualifizierten Teams teilnehmen. Einzige Ausnahme ist das Gastgeberland, welches das Recht hat, bis zu sechs Paare im Hauptwettbewerb antreten zu lassen. Falls sich mehr Teams eines Landes für ein Turnier angemeldet haben, wird eine weitere Qualifikation vorgeschaltet, die sogenannte Country Quota.

In der Country Quota spielen mehrere Teams einer Nation die Anzahl der Teilnehmer aus, die an der Qualifikation teilnehmen dürfen. Zum Beispiel waren beim Grand Slam in Gstaad 2012 zwei deutsche Frauenteams für das Hauptfeld gesetzt, vier weitere hatten sich für die Teilnahme gemeldet. Da neben den beiden gesetzten Teams nur zwei für die Hauptqualifikation zugelassen werden konnten, mussten die vier nicht gesetzten weiteren Teams in der Country Quota im einfachen K.O.-System zwei Sieger ausspielen.

## WIE UNSER TURNIER FUNKTIONIERT

Seit 2006 hat unser Turnier Grand-Slam-Status: Die 32 für das Hauptfeld qualifizierten Paare absolvieren zunächst eine Vorrunde in acht Gruppen zu je vier Teams. Die Gewinner dieser Poolrunde qualifizieren sich direkt fürs Achtelfinale, wo sie auf die Sieger der Paarungen zwischen den Zweiten und Dritten treffen. Diese wie auch die folgenden Begegnungen werden im K.O.-System ausgetragen. Nach dem Halbfinale werden sowohl der Titel als auch der dritte Platz ausgespielt. Bei den Grand-Slam-Turnieren beträgt das Preisgeld USD 300 000. Die Erstplatzierten erhalten davon USD 43 500 und ausserdem 800 Weltranglistenpunkte.

Von den 32 Paaren qualifizieren sich deren 22 über die Setzliste, das heisst diejenigen Paare, die anhand der Weltrangliste auf den 22 vordersten Plätzen sind, müssen keine Qualifikationsrunde für das Hauptfeld spielen. Für den Fall, dass ein Team nicht zum Grand Slam nach Gstaad kommt, rückt das nächstplatzierte Team in der Weltrangliste nach. Zusätzlich vergibt der FIVB in Zusammenarbeit mit dem Veranstalter zwei Wildcards an förderungswürdige Teams. Die restlichen acht Teams werden durch eine Qualifikation ermittelt. Unter den 24 Paaren, die direkt für das Hauptfeld startberechtigt sind, dürfen sich pro Nation nur drei Teams befinden.

## UNSERE ANSPRUCHSGRUPPEN

Ohne unsere Anspruchsgruppen ist unser Event nicht durchführbar. Da der Beach Volleyball Grand Slam in Gstaad jährlich stattfindet, ist es besonders wichtig, dass wir allen Interessengruppen gerecht werden, denn wir sind auf deren langfristige Unterstützung angewiesen. Zu unseren wichtigsten Anspruchsgruppen gehören der FIVB, Swiss Volley, unsere Sponsoren, die Gemeinden Saanen, Gsteig und Lauenen, Gstaad Saanenland Tourismus, der Hotelierverein, der Kanton, Swiss Olympic, die BesucherInnen des Turniers, die AthletInnen, die Medien, unsere MitarbeiterInnen und freiwilligen HelferInnen sowie die lokale Bevölkerung. Alle diese Anspruchsgruppen haben unterschiedliche Erwartungen an unseren Event. Für die Gemeinden ist eine sportliche Grossveranstaltung wie der Beach Volleyball Grand Slam in Gstaad einerseits ein wichtiges touristisches Aushängeschild, andererseits steht für diese aber auch das Wohl der Einheimischen im Vordergrund. Durch eine sportliche Grossveranstaltung, die eine ganze Woche dauert, entstehen für den einen oder anderen eventuell auch Unannehmlichkeiten, wie beispielsweise Lärmemissionen oder ein erhöhtes Verkehrsaufkommen. Um den Gemeinden gerecht werden zu können, müssen wir also darauf achten, deren Bedürfnisse in Zusammenhang mit unserem Event ernst zu nehmen und bestmöglich zu berücksichtigen.

Mit allen unseren Hauptsponsoren bestehen seit mindestens neun Jahren Kooperationen. Dass diese uns die Treue halten, liegt sicher unter anderem daran, dass sich über die Jahre hinweg eine Art Freundschaft entwickelt hat. Durch die langjährige Zusammenarbeit entwickelten sich zum grossen Teil persönliche Kontakte zu verschiedenen Anspruchsgruppen und enge partnerschaftliche Beziehungen. Wir wissen heute, dass die Organisation und die Durchführung des Turniers viel einfacher werden, wenn wir versuchen, unsere Partner in die Prozesse aktiv mit einzubeziehen. Natürlich braucht es oft viel Geduld und Zeit, um möglichst allen Interessen gerecht zu werden. Doch gerade je länger die Zusammenarbeit besteht und je besser man sich kennt, desto einfacher wird auch der Umgang untereinander. Heute stellen wir immer wieder fest, dass unsere langjährigen Partner sich nicht nur Gedanken zu ihren eigenen Interessen während unseres Events machen, sondern mehr und mehr Ideen einfließen lassen, die nicht unbedingt mit ihrem Auftritt beim Turnier verbunden sind, sondern zur Verbesserung unseres Turniers dienen.



## UNSERE ANSPRUCHSGRUPPEN IN DER ÜBERSICHT

Anspruchsgruppen	Beispiele	Beziehung und Ansprüche
ZuschauerInnen		Nebst dem sportlichen Wert steht der Unterhaltungsaspekt an oberster Stelle für unsere BesucherInnen. Zufriedene ZuschauerInnen sind für den Event von enormer Wichtigkeit; ohne Besucher gäbe es unseren Anlass nicht! Die durchgeführte Zuschauerbefragung gab uns Aufschluss über die Erwartungen unserer Zuschauer. Mehr dazu auf Seite 13.
AthletInnen		Das Startgeld und der Grand Slam Status machen das Turnier für die AthletInnen attraktiv. Verschiedene Faktoren führen dazu, dass sich die AthletInnen besonders wohlfühlen. Dazu gehört zum einen die professionelle Organisation wie auch das spezielle Ambiente.
MitarbeiterInnen & HelferInnen		Ohne MitarbeiterInnen und freiwillige HelferInnen kann der betriebswirtschaftliche Aufwand für die Organisation der Veranstaltung gar nicht bewältigt werden. Wir bieten den HelferInnen Erfahrungen im Bereich Eventorganisation sowie ein tolles Zusammengehörigkeitsgefühl und emotionale, einzigartige Erlebnisse.
Sponsoren	Siehe Highlights	Der Anlass wurde durch die Sponsoren finanziell und/oder materiell unterstützt. Das Engagement der Sponsoren ist, neben den üblichen Werbeeffekten, meist mit einem Imagegewinn verbunden.
Öffentliche Hand	Bund (ARE/ BAFU/ BASPO), Kanton Bern, Gemeinde Saanen, Gemeinde Lauenen, Gemeinde Gsteig-Feutersoey	ARE, BAFU und BASPO unterstützten uns finanziell bei der Erstellung des vorliegenden Pilot-Nachhaltigkeitsberichts. Der Beach Volleyball Grand Slam Gstaad erhält von der Gemeinde Saanen jährlich einen Subventionsbeitrag und von den Gemeinden Lauenen und Gsteig-Feutersoey je einen kleineren Beitrag. Wie geben aber auch etwas zurück: Die Bruttowertschöpfung des Events beläuft sich für die gesamte Schweiz auf etwa CHF 5 Mio., davon fallen 55% in der Region Saanenland an.
Partnerorganisationen	FIVB  Swiss Volley  Swiss Olympic  Gstaad Saanenland Tourismus (GST) / Hotelierverein SwissTopSport (STS)	Wir erhalten vom FIVB die Spielerrechte sowie technisches Equipment für unseren Event. Als Promoter der FIVB World Tour tragen wir den Beach-Volleyball-Sport in die Welt hinaus.  Swiss Volley ist der nationale Verband für Volleyball / Beach Volleyball: Er gibt uns die Rechte, das Turnier in der Schweiz zu veranstalten. Vor der Austragung des ersten Events musste eine Bewerbung beim Verband Swiss Volley eingereicht werden. Als grösstes Beach-Volleyball-Turnier in der Schweiz sind wir der Werbeträger für Swiss Volley.  Swiss Olympic ist unser Partner bei der Umsetzung von «sauberem» Sport und Prävention. Mit unserem Anlass machen wir weltweit Werbung für den Schweizer Sport. Die Rekrutierung unserer HelferInnen läuft über die Freiwilligenplattform von Swiss Olympic.  GST und der Hotelierverein unterstützen uns finanziell sowie mit Marketingmassnahmen. Für den Tourismus hat der Event vielfältige Effekte, unter anderem übernachten drei Viertel der nichteinheimischen ZuschauerInnen in der Region.  STS ist die Vereinigung der wichtigsten Schweizer Sportevents und versteht sich als Interessengruppe für diese. Beach Volleyball Gstaad ist Mitglied dieser Vereinigung.
Lokale Bevölkerung		Gerade in einem kleinen Ort wie Gstaad sind wir darauf angewiesen, dass die Bevölkerung hinter dem Event steht. Es ist eines unserer Ziele, einen attraktiven Anlass nicht nur für Auswärtige, sondern auch für unsere Einheimischen zu bieten.
Standbetreiber		Sie sorgen für ein abwechslungsreiches Verpflegungssortiment. Wir bieten ihnen eine attraktive Plattform mit vielen BesucherInnen.
Medien		Die Medien tragen unseren Event in die Welt hinaus. Mit 200 akkreditierten Journalisten und 800 Medienberichten sind sie ebenfalls eine zentrale Anspruchsgruppe.

## NACHHALTIGKEIT BEIM BEACH VOLLEYBALL GRAND SLAM GSTAAD

Grossveranstaltungen haben immer vielfältige Auswirkungen – und leider nicht nur positive. Deshalb engagieren wir uns, das Turnier möglichst nachhaltig durchzuführen und so die positiven Auswirkungen zu verstärken und die negativen zu reduzieren. Dass wir auf dem richtigen Weg sind, hat uns die Zuschauerbefragung 2012 gezeigt. Drei Viertel unserer ZuschauerInnen nehmen den Event als nachhaltig (28% sehr nachhaltig, 48% nachhaltig) wahr. Das bedeutet aber auch, dass immerhin ein Viertel unserer ZuschauerInnen das Turnier nicht als nachhaltig genug wahrnehmen. Diese 25% unserer Gäste wollen wir künftig von der Nachhaltigkeit des Events überzeugen. Demnach wollen wir in Sachen Nachhaltigkeit noch besser werden.

Im Jahr 2011 wurde der Beach Volleyball Grand Slam mit dem ecosport.ch-Award ausgezeichnet. Dieser Award geht jährlich an Schweizer Sportveranstalter, die sich im Bereich Umwelt und Nachhaltigkeit besonders engagieren. Die Auszeichnung war für uns eine Bestätigung und gleichzeitig eine Motivation, unser Engagement im Bereich Nachhaltigkeit und Umweltschutz zu verstärken.

Zusammen mit BSD Consulting haben wir ein Konzept entwickelt, mit dem wir gemeinsam mit ausgewählten

Anspruchsgruppen die für uns wichtigsten Themen identifizierten. Dabei wurden die für unsere Veranstaltung wichtigsten ökonomischen, ökologischen und sozialen Themen aus Sicht der befragten Anspruchsgruppen als auch aus unserer Sicht priorisiert. Befragt wurden die Gemeinde Saanen, Gstaad Saanenland Tourismus, Sponsoren und HelferInnen. Die nachfolgende Darstellung zeigt auf, wie die Nachhaltigkeitsthemen von unseren Anspruchsgruppen und uns priorisiert wurden. Bei den fettgedruckten Themen handelt es sich um diejenigen Themen, welche als zentral für unser Turnier eingeordnet wurden. Unser Nachhaltigkeitsbericht fokussiert demnach auf diejenigen Themen, die aus beiden Perspektiven besonders wichtig sind. Dazu gehören besonders auch die Themen regionale Wertschöpfung und Auswirkungen sowie die mit der Durchführung einer Veranstaltung verbundenen ökologischen Themen wie Abfallmanagement, Mobilität und Emissionen. Hinsichtlich der AthletInnen und ZuschauerInnen stehen insbesondere die Barrierefreiheit und die soziale Inklusivität im Vordergrund – der Event soll also möglichst allen offenstehen. Über unsere Leistung in diesen Bereichen geben die nächsten Kapitel Auskunft.

Gewisse Themen, die auch als wichtig erachtet wurden – wie zum Beispiel der ökologisch und sozial verantwortliche Einkauf – konnten wegen fehlender oder nicht erfassbarer Kennzahlen nicht gemessen werden. Bei einer nächsten Nachhaltigkeitsberichterstattung soll die Anzahl der befragten Anspruchsgruppen erweitert werden.

ABBILDUNG 1: WESENTLICHKEITSMATRIX



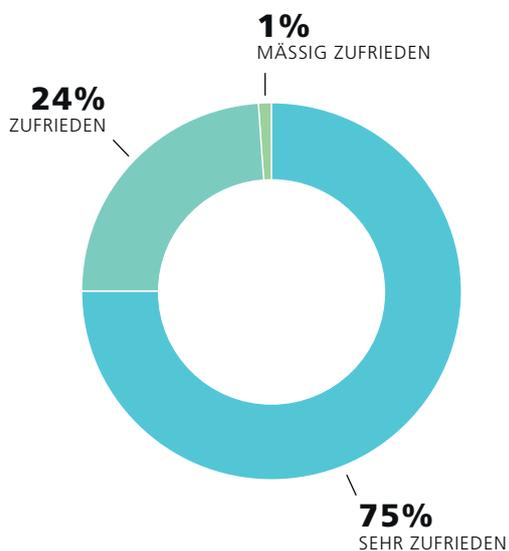
Wie wichtig ist das Thema für die Sports Events Gstaad GmbH?

## DAS WOHLERGEHEN UNSERER BESUCHER UND ATHLETEN IST UNS WICHTIG

Jedes Jahr im Juli treffen sich in Gstaad rund 40000 ZuschauerInnen, um während einer Woche grossartigen Sport, ausgelassene Stimmung und Partys zu erleben. Das Wohlergehen all unserer Gäste, TeilnehmerInnen und HelferInnen an diesem Turnier hat höchste Priorität.

Die ZuschauerInnen und AthletInnen sind die zentralen Figuren unseres Anlasses. Für die Veranstalter ist es deshalb von enormer Wichtigkeit, dass sie sich in Gstaad wohlfühlen und jedes Jahr gerne wieder an unser Turnier kommen. Wir wollen, dass der Sport im Vordergrund steht. Side Events sind wichtige ergänzende Elemente, um die Attraktivität des Anlasses noch zu steigern, aber der sportliche Wettkampf hat Priorität. Ohne AthletInnen und Sport kein hochstehendes Turnier, ohne ZuschauerInnen keine Sponsoren: Darum werden in diesem Kapitel die Themen Zuschauer- und Athletenzufriedenheit sowie Sicherheit ausführlich angesprochen.

**ABBILDUNG 2:  
ZUFRIEDENHEIT UNSERER ZUSCHAUER**



## ZUFRIEDENE ZUSCHAUER

Gstaad ist ein Ferienort, und im Juli kommen viele Gäste in die Region, um hier zu wandern, zu biken oder sich einfach in der wunderschönen Umgebung zu erholen. Im Rahmen unserer Zuschauerbefragung<sup>1</sup>, die in Kooperation mit Rütter+Partner und dem Institut für Tourismuswirtschaft (ITW) während des Turniers 2012 durchgeführt wurde, konnten wir feststellen, dass über 80% der ZuschauerInnen das Turnier als Hauptgrund für den Besuch in Gstaad angaben. Das heisst, über 80% unserer ZuschauerInnen reisen extra für den Beach-Volleyball-Event an und sind nicht zufällig in der Region, weil sie beispielsweise hier ihre Ferien verbringen. ZuschauerInnen, die unabhängig vom Event in die Region gereist sind, machen mit ca. 3% nur einen relativ geringen Anteil der Besucher aus.

Die Umfrage hat ausserdem gezeigt, dass nahezu alle unsere ZuschauerInnen mit dem Event zufrieden waren und sich ihre Erwartungen erfüllten. In Bezug auf das Turnier 2012 haben 75% der ZuschauerInnen angegeben, mit dem Turnier sehr zufrieden zu sein, und 24% sagten, dass sie mit dem Anlass zufrieden sind.

Erstaunlich und für uns sehr erfreulich zu sehen ist, dass 80% der ZuschauerInnen wiederkehrende Besucher sind. Im Durchschnitt haben diese das Turnier bereits viermal besucht. Dies spricht für die Zufriedenheit der ZuschauerInnen. Mehr als 50% unserer ZuschauerInnen wurden durch persönliche und weitergegebene Erfahrungen in den vergangenen Jahren auf das Turnier aufmerksam gemacht. Dies zeigt, dass Mund-zu-Mund-Marketing der mit Abstand einflussreichste Informationskanal ist. Bei der ausschliesslichen Betrachtung erstmaliger ZuschauerInnen verfestigt sich dieser Effekt noch. Zwei von drei ZuschauerInnen haben durch Gespräche vom Event erfahren. Von den klassischen Marketingmedien (Radio, TV, Print, Internet) stechen vor allem Zeitungen, Plakate und Internet hervor, Radio und TV haben eine verhältnismässig geringe Bedeutung.

<sup>1</sup> Vgl. S. 45 für Informationen zur Methodik der Zuschauerbefragung.



**«EIN SEHR SPANNENDER,  
GUT ORGANISierter ANLASS. (...)  
WIR FREUEN UNS JEDES JAHR NEU  
AUF DIESEN EVENT.  
DIE NÄHE ZU DEN SPIELERN  
IST UMWERFEND!»**

**«DAS KONZERT VON PEGASUS WAR DER HAMMER.  
DAS FAND ICH EINE SUPERIDEE, WELCHE MAN  
UNBEDINGT BEIBEHALTEN SOLLTE. DER GANZE  
EVENT IST TOP ORGANISIERT UND ICH HOFFE,  
DASS DIES AUCH IN DEN FOLGENDEN JAHREN  
IMMER EIN FIXPUNKT IN MEINEM KALENDER SEIN  
WIRD. WEITER SO!»**

**STIMMEN VON ZUSCHAUERINNEN**

## GESUNDE ATHLETINNEN, ZUSCHAUERINNEN UND HELFERINNEN

Für die AthletInnen ist die Gesundheit das Kapital ihres Berufes. Daher ist es für einen Sportevent unverzichtbar, eine ärztliche Versorgung vor Ort anzubieten. Auch ist ein Grossanlass verpflichtet, eine Notfallversorgung für die ZuschauerInnen und HelferInnen sicherzustellen. Deshalb steht vor Ort ein Medical Team zur Verfügung. Das Medical Team, zuständig für AthletInnen, ZuschauerInnen und HelferInnen, besteht aus mindestens zwei Turnierärzten, vier Physiotherapeuten, zwei medizinischen Masseuren sowie zwei First-Aid-Personen. Dies entspricht dem Tagesbedarf bei vollem Turnierbetrieb.

Um AthletInnen vor Verletzungen zu schützen, werden sie durch unser Physioteam fachgemäss betreut. Jedem Spieler stehen die Physiotherapeuten/-Innen und MasseurInnen zur Vorbereitung sowie bei Problemen des Bewegungsapparates zur Verfügung. Ebenfalls werden die Teams, wenn nötig, durch ein Ärzteteam betreut.

Das Medical Team verfügt über die nötigen Ausbildungen und Qualifikationen um seine ihm zugewiesenen Tätigkeiten ausüben zu können. Der Turnierarzt ist während des Spielbetriebes verantwortlich für die AthletInnen und erste Anlaufstelle für ZuschauerInnen bei Ereignissen, welche einen Arzt erfordern sowie bei einer Medikamentenabgabe. Er steht den Therapeuten und dem First-Aid-Team für Fragen und medizinische Unklarheiten zur Verfügung. Auch dem Medical Delegate des FIVB steht er bei Fragen zur Seite.

Der Turnierphysiotherapeut/Masseur ist je eine Stunde vor und nach dem Spielbetrieb verantwortlich für die medizinisch-therapeutische Betreuung der AthletInnen. Er behandelt die Athleten im Rahmen seiner Kompetenzen. Erste Behandlungspriorität haben immer AthletInnen und SchiedsrichterInnen, welche noch im Turnier sind.

Das First-Aid-Team ist bei Bagatellfällen während des Turnierbetriebes erste Anlaufstelle für ZuschauerInnen und HelferInnen. Kleine medizinische Versorgungen werden von ihnen in eigener Kompetenz durchgeführt. Bei medizinischen Notfällen wird der Turnierarzt umgehend informiert und die Rettungskräfte aufgeboten. Bis zum Eintreffen des Arztes oder der Ambulanz hat das First-Aid-Team die Verantwortung.

In diesem Jahr wurden keine gravierenden Verletzungen verzeichnet. Die AthletInnen mussten wegen Schnittwunden an der Hand, überstrecktem Ellenbo-

gen, einer Knieverletzung sowie einer Fingerverletzung behandelt werden. Ballkids wurden hauptsächlich wegen Schnittverletzungen an den Füssen behandelt. Sie sind für ihren Einsatz im Sand barfuss unterwegs und ziehen anschliessend oftmals keine Schuhe an. Durch die kalten Temperaturen in diesem Jahr und um Schnittverletzungen vorzubeugen, werden alle Ballkids aufgefordert, im nächsten Jahr Flipflops mitzubringen.

HelferInnen auf dem Bau sowie bei der Getränkeausgabe müssen bei ihrem Einsatz geschlossene Schuhe tragen, dies wird bei der Helfer-Tool-Anmeldung beschrieben, und bei der mündlichen Instruktion wird nochmals darauf hingewiesen.

ZuschauerInnen und HelferInnen mussten wegen Nasenbluten, Gehirnerschütterung sowie einem Meniskusriss behandelt werden. Letzterer zog einen operativen Eingriff nach sich. Die genaue Anzahl Verletzungen bei AthletInnen, ZuschauerInnen und HelferInnen kann nicht genannt werden, weil die Verletzungen nicht einzeln erfasst wurden.

## COOL AND CLEAN

Herzstück von «cool and clean» sind fünf Commitments, die gleichzeitig Programminhalt und Instrument sind. «cool» steht für die Commitments «Ziele erreichen», «an die Spitze wollen» und «Fairplay», «clean» bezieht sich auf «Doping, Verzicht auf Tabak und Cannabis und massvollen Alkoholkonsum». Das fünfte Commitment wird von Sportlern oder Sportvereinen selbst formuliert. Das Programm «cool and clean» wird wissenschaftlich begleitet und evaluiert.

Die Organisation «Sucht Schweiz» wurde von Swiss Olympic beauftragt, das Präventionsprogramm «cool and clean» im Bereich Jugendliche zu evaluieren. Für die Evaluationsstudie hat Sucht Schweiz im Rahmen von drei Erhebungswellen (2007, 2009 und 2011) je rund 2500 Jugendliche im Breitensport sowie etwa 500 Nachwuchstalente zu deren Leistungsmotivation, Fairplay, Doping, Tabak-, Alkohol- und Cannabiskonsum befragt. Auch haben die Forschenden von Sucht Schweiz mit den sporttreibenden Jugendlichen Gruppengespräche geführt.

Die Ergebnisse wurden in zwei Forschungsberichten publiziert. Sucht Schweiz empfahl unter anderem, die Jugendlichen noch aktiver ins Programm einzubeziehen und mehr auf deren Eigenverantwortung aufzubauen sowie den bisher eingeschlagenen Weg bezüglich Leistungsmotivation und Teamzusammenhalt weiterzuführen. Sucht Schweiz empfahl ferner, das Programm weiterzuführen, da es einen ganzheitlichen Präventionsansatz verfolgt und zentrale Lebenskompetenzen von Jugendlichen stärkt. Quelle: [www.coolandclean.ch](http://www.coolandclean.ch)

## PRÄVENTION UND JUGENDSCHUTZ

Suchtmittelmissbrauch und Doping sind Themen, denen der Beach Volleyball Grand Slam Gstaad klar eine Absage erteilt. So werden in enger Zusammenarbeit mit Swiss Olympic die Leitlinien von «cool and clean» umgesetzt. «cool and clean» ist das grösste nationale Programm zur Prävention von Substanzmissbrauch und zur Förderung von Leistungsmotivation und Fairplay im Sport. Hauptzielgruppe sind Jugendliche im Breitensport und Schweizer Nachwuchstalente.

Zudem sind unsere Tribünen, die Skylounge, das VIP-Zelt, die VIP-Bar sowie der öffentliche gedeckte Gastronomiebereich rauchfrei. Es herrscht aber kein generelles Rauchverbot auf dem Turniergelände, da sich die meisten Sitzmöglichkeiten im Turniervillage im Freiluftbereich befinden.

Die Partnerbetriebe der Gastronomie werden mit Nachdruck jedes Jahr darauf hingewiesen, sich an das Gesetz des Alkoholausschanks zu halten: Kein Verkauf von Alkohol an unter 16-Jährige sowie kein Verkauf von Spirituosen, Aperitifs und Alcopops an unter 18-Jährige. Die Partnerbetriebe werden mit Jugendschutzmaterial (Plakate, Buttons und Kontrollbänder) ausgerüstet. Mindestens ein alkoholfreies Getränk muss billiger als das billigste alkoholische Getränk sein. Seit dem Jahr 2011 werden im Saanenland Alkoholtstkäufe vom Blauen Kreuz in Zusammenarbeit mit der offenen Kinder- und Jugendarbeit Saanenland durchgeführt. Wird während des Anlasses Alkohol an Minderjährige verkauft und dies bei den Alkoholtstkäufen festgestellt, erhält der Turnierveranstalter eine Verwarnung vom Regierungsstatthalteramt. Wir sind sehr bestrebt, alle Betreiber von Ständen mit Alkoholausschank während des Turniers zu sensibilisieren und konfrontieren sie jeweils damit, falls die Alkoholtstkäufe positiv/negativ ausfallen.

Auch während des Turniers 2012 wurden vom Blauen Kreuz Alkohol-Testkäufe durchgeführt. Dabei wurden drei von fünf Barbetrieben, die während des Turniers temporär auf dem Turnierareal sowie in der Gstaader Promenade vor Ort sind, vom Regierungsstatthalteramt verwarnt, weil sie Alkohol an Jugendliche unter 16 Jahren verkauft haben. Zwei der verwarnten Barbetriebe wurden von unseren Sponsoren betrieben. Keiner der verwarnten Betriebe wird vom Veranstalter selbst geführt. Wir haben die Betriebe und insbesondere unsere Sponsoren darauf hingewiesen, dass sie ihre MitarbeiterInnen in Zukunft besser instruieren müssen, weil für uns die Einhaltung des Jugendschutzkonzeptes höchste Priorität geniesst.

Ebenfalls wollen wir uns an die Devise «fairen Sport – ohne Doping» halten. An unserem Turnier werden immer wieder Dopingkontrollen durchgeführt. Angeordnet werden diese Kontrollen von der WADA (World Antidoping Agency), und ausgeführt durch Antidoping Schweiz (unabhängiges Kompetenzzentrum der Dopingbekämpfung Schweiz, welches durch den Bund und Swiss Olympic finanziert wird). Die Auswertung wird direkt an den FIVB weitergeleitet. Über allfällige Vergehen wird die Turnierleitung nicht informiert, weshalb keine Zahlen zu möglichen Dopingfällen vorliegen. Erst bei einer allfälligen Verurteilung erfährt die Öffentlichkeit vom Vergehen.

Herzblut vor Profit: Bei unserem Turnier werden nur Werbekampagnen gestartet, die unserer sportlichen Gesinnung entsprechen. Auf Tabak- und Alkoholwerbung verzichten wir. Es werden nur potentielle Sponsoren angefragt, hinter deren Geschäftsphilosophie wir auch stehen können. Wir werben nicht mit Produkten, die ausschliesslich Kinder ansprechen und zum Konsum verleiten.

## SICHERHEIT

Im Jahr 2007 – in diesem Jahr wurde erstmals in Gstaad die Weltmeisterschaft ausgetragen – entwickelte unser Sicherheitsverantwortlicher ein Sicherheits- und Katastrophenkonzept. Dies regelt das Vorgehen bei Unwetter, Brand, Verletzten, Einsturz der Tribüne sowie Krallen/Chaoten/Terror. Die Ereignisbewältigung sieht die Vermeidung von Personenschäden (allfällige Rettung und Betreuung von behinderten Personen, z.B. Rollstuhlfahrer), den Schutz der Infrastruktur sowie die Aufrechterhaltung oder Wiederaufnahme des geregelten Turnierbetriebes vor.

In Bezug auf das Thema Sicherheit teilen wir den Event in drei Phasen auf: Aufbau, Durchführung und Abbau. Die Arbeiten während des Auf- und Abbaus werden von professionellen Firmen aus der Region oder der Schweiz vorgenommen. Die Arbeitssicherheit ist rechtlich geregelt und unsere Partner im Bereich Bau garantieren uns die Einhaltung dieser Vorgaben. Für die Sicherheit der Arbeitskräfte dieser Unternehmen haften die Betriebe selbst. Für stichprobenartige Kontrollen der Einhaltung der Sicherheitsvorkehrungen auf Baustellen sorgt in der Schweiz die SUVA (Schweizerische Unfallversicherungsanstalt). Auf dem Eisbahnareal steht immer ein Erste-Hilfe-Koffer bereit und eine Arztpraxis befindet sich unmittelbar neben dem Turnierareal.

Während der Durchführung des Turniers obliegt die Sicherheit dem Veranstalter. Zu diesem Zweck wurde

das Sicherheits- und Katastrophenkonzept erarbeitet, welches jährlich überarbeitet und ergänzt wird, nicht zuletzt durch Erfahrungswerte. Beispielsweise hatte man während eines Unwetters im Jahr 2010 festgestellt, dass durch den Hagelschlag die Kommunikation via Funkgerät nicht mehr zu verstehen war. Daraus resultierte, dass sich im Ereignisfall alle Entscheidungsträger wie Turnierdirektor, Sicherheit und Sanität/Ärzte sowie die freien OK-Mitglieder und HelferInnen zu einer festgelegten Koordinationsstelle zu begeben haben.

Um das Sicherheitsrisiko während des Anlasses möglichst klein zu halten, werden verschiedene Massnahmen getroffen. Glas ist auf den Tribünen verboten und allfällige Getränke in Glasflaschen werden bei der Aufgangskontrolle in Becher umgeschüttet.

Während des Anlasses steht zudem ein externes Sicherheitsunternehmen im Einsatz, welches bei Bedarf mit bis zu acht Personen für die Überwachung des ganzen Areals zuständig ist. Zu den Aufgaben des Sicherheitspersonals, das sich stets bemüht, sich im Hintergrund zu halten, zählen die nächtliche Überwachung des gesamten Areals, die Kontrolle der Eintritte im VIP-Bereich, das präventive Wirken gegen Vandalismus und Diebstahl, der Schutz vor Sachbeschädigungen, die Verweisung von unbefugten Personen sowie Kontrollen zur Einhaltung des Jugendschutzes. Im Anschluss an das Turnier erhält der Veranstalter einen ausführlichen Einsatzbericht, der dazu dient, die Sicherheit zusätzlich zu verbessern.

Dieses Jahr können wir wiederum auf einen gelungenen Anlass ohne grössere negative Zwischenfälle oder gar Ausschreitungen zurückblicken. Auch in der Vergangenheit gab es bei unseren Turnieren trotz der Vielzahl der BesucherInnen und des am Wochenende bei den Side Events teilweise hohen Alkoholkonsums nie grössere negative Vorfälle.

## SICHERE GIVEAWAYS

Dieses Jahr wurde von einem unserer Sponsoren ein Wasserzerstäuber zur Erfrischung als «Giveaway» abgegeben. Verschiedene Personen kamen auf die Idee, das Gefäss anstatt mit Wasser mit kohlenensäurehaltigen Getränken zu füllen. Wenn das Gefäss geschüttelt wurde, zerbarst es. Auf diesen Vorfall hin hat die Turnierdirektion in Absprache mit dem Sponsor sofort beschlossen, diese Giveaways aus dem Verkehr zu ziehen. Dies veranlasste die Turnierleitung dazu, allfällige Giveaways unserer Sponsoren künftig zuerst zu prüfen und sich das Recht vorzubehalten diese abzulehnen, sollte ein Sicherheitsrisiko bestehen.

## BARRIEREFREIHEIT: BEACH VOLLEYBALL FÜR ALLE

Unser Event steht allen interessierten Personengruppen offen. Durch Massnahmen wie Gratiszutritt am Dienstag und Mittwoch der Turnierwoche auf dem Center Court, Gratiszutritt auf den Side Courts während der ganzen Woche, preislich reduzierte Tickets für Jugendliche und Einheimische, Rollstuhlzugänglichkeit, günstige Übernachtungsmöglichkeiten und RailAway-Kombitickets wird niemand ausgeschlossen. Wir versuchen dadurch, den Event für alle zugänglich zu machen. Die vielen Besucher aus verschiedenen Nationen, die jedes Jahr nach Gstaad kommen, bereichern unsere Veranstaltung und sorgen für eine besondere Stimmung im Stadion.

Bedingt durch das zum Teil wohlhabende Klientel in Gstaad, gibt es in der Region viele Events, welche die Einheimischen von einem Besuch abhalten, weil sie sich unter den reichen Gästen nicht wohl fühlen. Viele Einheimische haben dann das Gefühl, sie seien nicht willkommen oder gehörten nicht zu diesen Veranstaltungen. Der Beach Volleyball Grand Slam in Gstaad ist aus einer verrückten, idealistischen Idee entstanden. Dem Veranstalter ging es nie um den eigenen Profit, sondern darum, etwas Besonderes in der Region zu schaffen, das einzigartig ist. Das schätzen Einheimische wie Gäste sehr. Die Veranstaltung zieht daher alle möglichen Zielgruppen an. Gerade die Jugendlichen finden sich in diesem Event wieder. Sie können sich die Eintrittstickets leisten, geniessen die Partyatmosphäre, die es in Gstaad sonst kaum zu erleben gibt, und freuen sich jedes Jahr wieder auf diese eine besondere Woche in den Bergen.

Alle interessierten Personen sollen Zugang zu unserem Event erhalten, deshalb legen wir Wert auf Hindernisfreiheit. Dank einer Rollstuhlrampe sowie Rollstuhlplattform können invalide Menschen gratis an vorderster Front im Center Court am Sportgeschehen teilnehmen. Dazu gehört auch das entsprechende Angebot an sanitären Anlagen: ein rollstuhlgängiges WC in unmittelbarer Nähe steht zur Verfügung. 2012 haben fünf gehbehinderte Personen von diesem Angebot Gebrauch gemacht. Die Nachfrage ist nicht sehr gross, und doch ist es uns wichtig, interessierten behinderten ZuschauerInnen die Möglichkeit zu bieten, unseren Anlass zu besuchen.



Die Spiele auf den Side Courts, das heisst den Nebenspielfeldern, die ca. 2 km vom Turnierareal entfernt liegen (siehe auch Ortsplan S. 47), können die ganze Woche gratis besucht werden. Da nur ein Spielfeld im Center Court (Hauptspielfeld) zur Verfügung steht, finden die meisten Spiele auf den Side Courts statt, wo fünf Plätze zur Verfügung stehen. Für die Benutzung der Side Courts fallen beim Veranstalter keine Kosten an. Dafür stellen die Mitarbeiter der Sport Events Gstaad GmbH die Plätze im Frühling bereit und räumen das Material im Herbst wieder weg. Die Turnierleitung entscheidet, welche Spiele auf dem Center Court stattfinden. Ebenfalls sind die Eintritte vom Dienstag und Mittwoch im Center Court gratis. Kinder bis 9 Jahre bezahlen generell keinen Eintritt, für Jugendliche von 10–15 Jahren bieten wir reduzierte Preise an. 2012 haben 428 Kinder und 530 Jugendliche von diesem Angebot Gebrauch gemacht.

Für jedes Budget haben wir in der Region die passende Übernachtungsmöglichkeit, vom Fünf-Sterne-Hotel bis zum Zeltplatz. Während der Beachwoche wird von jungen Einheimischen ein extra eingerichteter Zeltplatz, der «Tenthouse Campground», zur Verfügung gestellt. Sie betreiben diesen Zeltplatz eher aus idealistischen Gründen, der eigene Verdienst steht im Hintergrund. Auch hier zeigt sich einmal mehr, wie der Anlass von der einheimischen Bevölkerung getragen wird.

Mitarbeitende und HelferInnen werden betreffend Nationalität, Geschlecht, sexueller Orientierung, sozialer Herkunft, religiöser und politischer Ausrichtung neutral ausgewählt. Auf die Turniersaison 2012 wurde vom Weltverband FIVB die Kleidervorschrift für die Athletinnen abgeändert. Dies ermöglicht auch Athletinnen aus islamischen Ländern, am Turnier teilzunehmen. Sie können nun Bekleidung tragen, welche Schultern, Arme und Beine bedeckt. Das Preisgeld ist bei den Damen wie bei den Herren gleich hoch. Es beträgt für beide Geschlechter je USD 300 000. Aufgeteilt wird das Preisgeld auf die Plätze 1–25.

Dass niemand von unserem Event ausgeschlossen wird, ist uns wichtig. Dies wird von Jahr zu Jahr wieder überprüft.



## DIE SIEBEN PRINZIPIEN DER ETHIK-CHARTA IM SPORT

Die Organisatoren des Beach Volleyball Grand Slam Gstaad orientieren sich bei der Veranstaltung an den sieben Prinzipien der Ethik-Charta von Swiss Olympic.

### 1 Gleichbehandlung für alle!

Nationalität, Alter, Geschlecht, sexuelle Orientierung, soziale Herkunft, religiöse und politische Ausrichtung führen nicht zu Benachteiligungen.

### 2 Sport und soziales Umfeld im Einklang!

Die Anforderungen in Training und Wettkampf sind mit Ausbildung, Beruf und Familie vereinbar.

### 3 Förderung der Selbst- und Mitverantwortung!

Sportlerinnen und Sportler werden an Entscheidungen, die sie betreffen, beteiligt.

### 4 Respektvolle Förderung statt Überforderung!

Die Massnahmen zur Erreichung der sportlichen Ziele verletzen weder die physische noch die psychische Integrität der Sportlerinnen und Sportler.

### 5 Erziehung zu Fairness und Umweltverantwortung!

Das Verhalten untereinander und gegenüber der Natur ist von Respekt geprägt.

### 6 Gegen Gewalt, Ausbeutung und sexuelle Übergriffe!

Prävention erfolgt ohne falsche Tabus: Wachsam sein, sensibilisieren und konsequent eingreifen.

### 7 Absagen an Doping und Suchtmittel!

Nachhaltig aufklären und im Falle des Konsums sofort einschreiten.

Quelle: [www.swissolympic.ch](http://www.swissolympic.ch) / Ethik

## EIN SPORTEVENT IST MEHR ALS EIN SPORTEVENT: AUSWIRKUNGEN AUF DIE REGION

Gerade für eine Randregion wie das Saanenland ist ein Event wie der Beach Volleyball Grand Slam von enormer Bedeutung. Er bietet den Bewohnern etwas Aussergewöhnliches und steigert die Attraktivität der Region.

Zum Beach Volleyball Grand Slam kommen während einer Woche im Juli über 100 Beach-Volleyball-Teams ins Saanenland, die Betreuer, Freunde und Familie mitbringen. Hinzu kommen die zahlreichen Volleyballfans, Medienvertreter, Sponsoren und Gäste. Sie alle verbringen eine Woche in der Region, konsumieren beim einheimischen Gewerbe und tragen den Namen Gstaad in die Welt hinaus.

Neben den wirtschaftlichen Auswirkungen des Beach Volleyball Grand Slam Gstaad in der Region und in der Schweiz hat die Veranstaltung auch Auswirkungen auf die lokale Bevölkerung.

### SPORT UND TOURISMUS – EINE PERFEKTE ERGÄNZUNG

«Der Sport ist inzwischen mehr als die wichtigste Nebensache. Es ist eine Mischung zwischen Business und Lebensinhalt, zwischen Lebensschule und gesellschaftlicher Verantwortung. Auch wir als Tourismusdestination wollen den Stellenwert, den der Sport in unserer Gesellschaft mittlerweile hat, mit unserem Leistungsauftrag – der Vermarktung der Region Gstaad Saanenland – verknüpfen. Tourismus und Sport ergänzen sich und laden sich gegenseitig auf. Auf beiden Seiten geht es um den unbändigen Willen, ein attraktives Produkt noch besser zu machen. Was aber Tourismus und Sport vor allem verbindet sind die Emotionen. Der Gast wie auch der Sportler oder der Fan suchen im Sport und im Tourismus emotionale Erlebnisse. Erlebnisse, die sie im besten Falle noch Jahre später mit ihren Freunden teilen können.»

Martin Bachofner, Tourismusdirektor von Gstaad Saanenland

## DIREKTE UND INDIREKTE WERTSCHÖPFUNG IN DER REGION

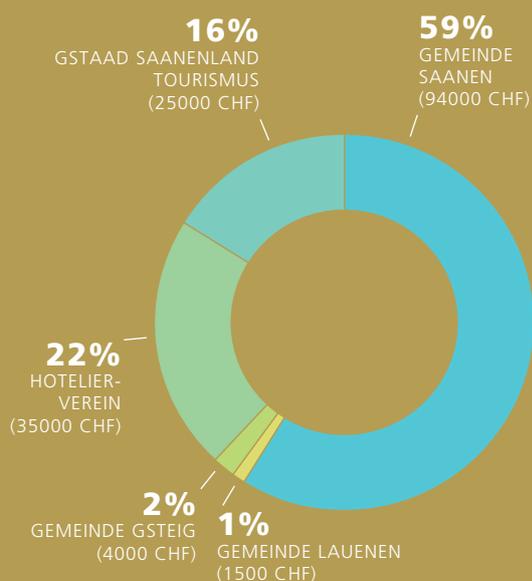
Während der Vorbereitungen und der Durchführung des Beach Volleyball Grand Slams in Gstaad fallen laufende Ausgaben beim Veranstalter an. Beispielsweise fließen Zahlungen für den Bau des Areal, verschiedene Drucksachen, den Bereich Gastronomie und Verpflegung, aber auch für die Sicherheit. Diese Wirkungen bezeichnet man als direkte Wirkungen, weil sie auf der ersten Stufe der Wertschöpfungskette unseres Events entstehen. Dazu zählt beispielsweise auch die Zusammenarbeit mit einem lokalen Security-Unternehmen, welches vom Veranstalter direkt bezahlt wird. Die Durchführung des Turniers hat aber auch indirekte Wirkungen auf die Region. Beispielsweise übernachteten die ZuschauerInnen in der Region und trugen so zur lokalen Wertschöpfung bei.

Bei der Beschaffung von Material oder der Vergabe von Aufträgen durch uns wird darauf geachtet, möglichst viele Zulieferer aus der Region zu berücksichtigen. So arbeiten wir mit Handwerkerbetrieben zusammen wie zum Beispiel mit der Hauswirth Natursteinarbeiten GmbH, welche vor, während und nach dem Turnier mit einem Team vor Ort ist und diverse handwerkliche Arbeiten erledigt; mit der Thoenen Bauunternehmung AG, die uns durch Vermietung von Containern, Transporte und Arbeitsleistungen unterstützt; oder mit der M. Gehret AG sowie Addor AG, die Transporte erledigen und Mulden stellen. Die Eltel Sisa ist für alle elektrischen Installationen zuständig und die BKW ISP Energie AG montiert Elektroanlagen wie Stromverteiler usw. Ebenfalls einen grossen Auftrag erhält der Reinigungsdienst Schopfer. Diverses Material wie Tribünenteile, Kehrlicheimer, Bürocontainer usw. wird beim lokalen Verein Event Material gemietet. Der Anteil der lokalen Zulieferer an den gesamten Beschaffungsausgaben beträgt 47,4% (übrige Schweiz 51,2% und Ausland 1,4%).

Der Gesamtunternehmensertrag des Jahres 2011 ergab sich aus drei Kategorien. Zum einen der direkte Ertrag aus dem Anlass, welcher im Jahr 2011<sup>2</sup> 27,9% betrug, Sponsoringbeiträge von 56,6% und Beiträge / Subventionen, welche 15,5% des Ertrags ausmachten. Mit dem Gewinn von CHF 75 571.– wurde der Verlustvortrag der letzten Jahre ausgeglichen.

**TABELLE 1: BETRIEBSRECHNUNG 2011<sup>2</sup>**

<b>Gesamtertrag 2011</b>	<b>CHF</b>	<b>2 586 269.90</b>
Ertrag aus dem Anlass	%	27.9
Sponsoring-Beiträge	%	56.5
Subventionen	%	15.5
<b>Gesamtausgaben 2011</b>	<b>CHF</b>	<b>2 510 698.90</b>
Operative Kosten inkl. Preisgelder	CHF	2 191 833.90
Personalaufwand (Lohn, Sozialleistungen, Spesen)	CHF	311 192.00
Kapitalkosten (Zinsen Darlehen und Kontokorrent Saanen Bank)	CHF	7617.00
Steuerzahlungen <sup>3</sup>	CHF	6.00
Gesellschaftliche Investitionen <sup>4</sup>	CHF	50.00
<b>Gewinn 2011</b>	<b>CHF</b>	<b>75 571.00</b>

**ABBILDUNG 3: SUBVENTIENEN 2011**

<sup>2</sup> Da die Geschäftsabrechnung des Veranstalters für die Durchführung 2012 zum Zeitpunkt der Berechnung nicht vollständig vorlag, stützt sich diese Aufstellung auf das Geschäftsjahr 2011. Von Jahr zu Jahr bestehen keine grossen Unterschiede in Aufwand und Ertrag, das Geschäftsjahr 2012 ist somit mit dem von 2011 vergleichbar.

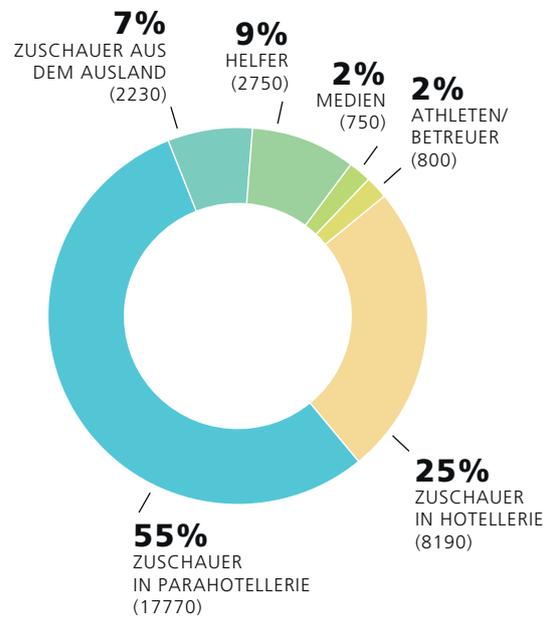
<sup>3</sup> Die Steuerzahlung bezieht sich auf das Jahr 2010, in welchem wegen eines negativen Jahresabschlusses keine Gewinnsteuer bezahlt werden musste und deshalb nur CHF 6.– betrug.

<sup>4</sup> Die Side Courts stehen für Vereine und Jedermann während des ganzen Sommers gratis zur Verfügung. Vereinsmitglieder helfen mit, die Side Courts bereit zu stellen. Wir bezahlen jeweils nur die Benützung der Planiermaschine. Somit betragen die Gesellschaftlichen Investitionen nur CHF 50.–.

Durch die ZuschauerInnen, die während des Turniers in der Region sind, entstehen viele touristische Ausgaben. Dazu zählen die Ausgaben für Übernachtung, Verpflegung und Souvenirs. Im Durchschnitt verbringen die Übernachtungsgäste in der Region rund zweieinhalb Nächte. Ein Viertel aller Übernachtungsgäste blieb länger als drei Nächte. Knapp die Hälfte aller übernachtenden ZuschauerInnen nutzten die Parahotellerie und ein Viertel logierte in Hotels. Damit trugen diese Gäste wesentlich zur regionalen Wertschöpfung bei. Ein weiteres Viertel übernachtete nicht kommerziell bei Verwandten, Bekannten oder Freunden.

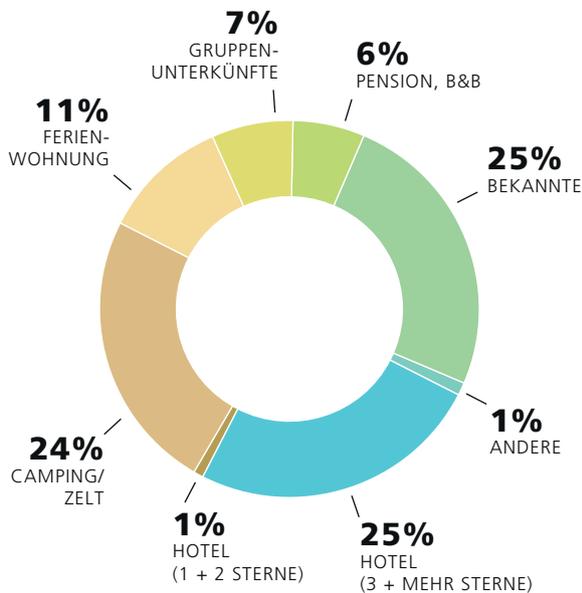
In der Region wurden durch den Beach Volleyball Grand Slam Gstaad rund 32 500 Logiernächte ausgelöst. Davon entstanden ca. 85% (28 190 Logiernächte) durch ZuschauerInnen des Events, von diesen Übernachtungen fallen rund 17 770 in der Parahotellerie an. Andere Gästekategorien wie Medien, AthletInnen und HelferInnen machen rund 15% aller Logiernächte aus.

**ABBILDUNG 5:  
AUSGELÖSTE LOGIERNÄCHTE**



**GESAMT LOGIERNÄCHTE: 32490**

**ABBILDUNG 4: ÜBERNACHTUNG NACH  
ART DER UNTERKUNFT**



Neben der Übernachtung konsumierten die ZuschauerInnen als auch die Einheimischen während des Turniers in der Region und trugen so zur regionalen Wertschöpfung bei. Bei nicht einheimischen ZuschauerInnen lagen die Ausgaben pro Person bei rund CHF 575.–. Besucher aus der Region hingegen gaben im Schnitt etwa 413.– CHF aus.

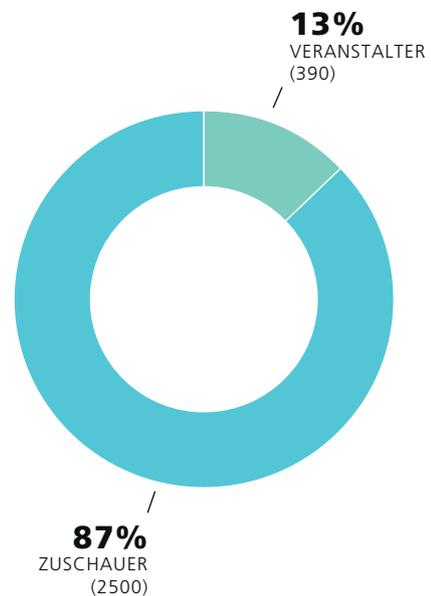
Die geschätzte vom Beach Volley Grand Slam Gstaad ausgelöste Bruttowertschöpfung beläuft sich in der gesamten Schweiz auf gut CHF 5 Mio.<sup>5</sup> Davon fallen rund 55% (CHF 2.9 Mio.) in der Region Saanenland an. Der grösste Teil der indirekten ausgelösten Wirkungen fällt ausserhalb der Region an. Dies liegt daran, dass die Region Saanenland verhältnismässig klein ist und somit nur ein kleiner Teil der Aktivitäten entlang der Wertschöpfungskette lokal anfällt.

Aus diesen wirtschaftlichen Effekten ergibt sich für Bund und Kanton ein insgesamt anfallendes Steuervolumen von total rund CHF 0.65 Mio. Dies beinhaltet Mehrwertsteuer und weitere Nettogütersteuern.

**ABBILDUNG 6: AUSGELÖSTE BRUTTOWERTSCHÖPFUNG (IN TSD. CHF)**



**ABBILDUNG 7: REGIONALE BRUTTOWERTSCHÖPFUNG**

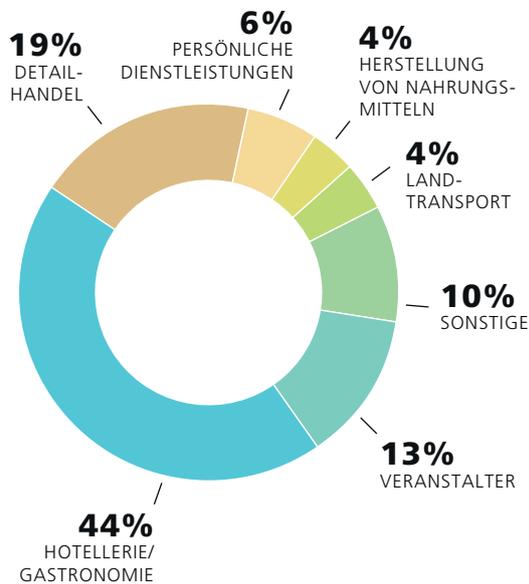


**TOTALE BRUTTOWERTSCHÖPFUNG: 2890**

Die touristischen Ausgaben der verschiedenen Gästekategorien (ZuschauerInnen, AthletInnen, Medien etc.) machten rund 87% der Bruttowertschöpfung in der Region aus. Die verbleibenden 13% entstanden durch die Aktivitäten des Veranstalters. Diese Verteilung unterstreicht aus wirtschaftlicher Sicht die Wichtigkeit der ZuschauerInnen für die Veranstaltung und die Region.

<sup>5</sup> Die Methodik zur Berechnung der Bruttowertschöpfung wird auf S. 45 erläutert.

**ABBILDUNG 8: REGIONALE BRUTTO-WERTSCHÖPFUNG NACH BRANCHEN**



**GESAMT: 2890 TSD. CHF**

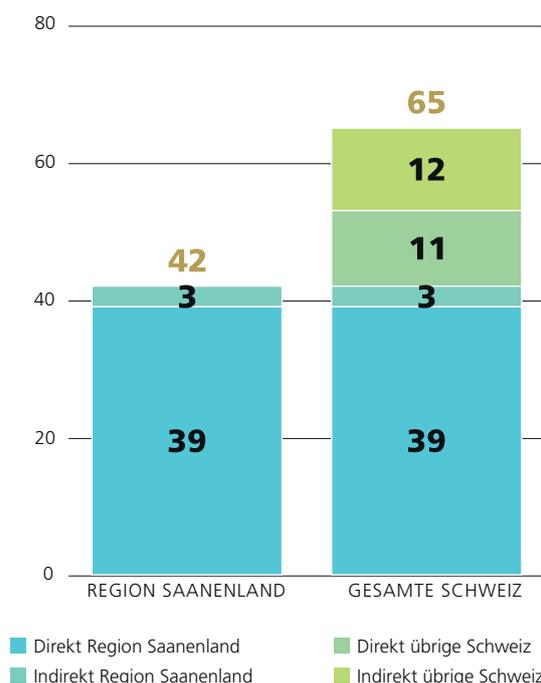
Neben dem Gastgewerbe, welches durch die Übernachtungen der ZuschauerInnen und Volleyball Teams eine starke Nachfrage zu spüren bekamen, konnten auch andere Branchen von der Durchführung des Turniers profitieren. Teilt man nämlich die Bruttowertschöpfung in der Region Saanenland nach Branchen auf, zeigt sich, dass das Gastgewerbe zwar mit 44% der grösste Nutzniesser der Veranstaltung war. Rund ein Fünftel der totalen Bruttowertschöpfung in der Region entfiel aber auf die Detailhandelsbranche. Weitere Branchen, die von der Veranstaltung profitierten, war z.B. der Dienstleistungssektor (6%) und die Transportbranche (4%).

Die Ausgaben des Veranstalters, der ZuschauerInnen und AthletInnen lösten ferner Arbeitsstellen in der Region aus. Das durch den Event ausgelöste Arbeitsvolumen in der ganzen Schweiz beläuft sich auf 65 Vollzeitäquivalente (VZÄ). Das bedeutet, das Arbeitsvolumen entspricht 65 Angestellten mit einem 100%-Pensum. Dies wiederum entspricht in etwa dem Arbeitsvolumen eines mittleren KMUs. Der Beach Volleyball Grand Slam Gstaad löste in der Region Saanenland ein totales Arbeitsvolumen von 42 VZÄ aus. Dies entspricht in etwa einem lokalen Betrieb in der Grösse von Müller Marketing & Druck, Gstaad.

Die Beispiele der ausgelösten Wertschöpfung und Arbeitsstellen zeigt eindrücklich, dass das Turnier vielfältige positive Auswirkungen auf die Region hat. Sich dieser Auswirkungen bewusst zu werden war für uns neu und spannend. In Zukunft möchten wir sicherstellen, dass wir die positiven Auswirkungen vermehrt nutzen und unsere Anspruchsgruppen davon profitieren können.

Die ausgeführten Wirkungen zeigen, dass das Turnier eine signifikante wirtschaftliche Bedeutung für die Region hat. Speziell zur Sommerzeit, wo der Schneesport nicht für volle Häuser und Betten sorgt, hilft der Event eine grosse Menge Menschen in die Region zu bringen. Nicht nur die durch Ausgaben der Besucher generierten Effekte haben so eine grosse Wirkung, sondern auch die Imagewirkung die ein Besuch bei einer solchen Veranstaltung haben kann. Die sehr hohe Zufriedenheit der Zuschauer und die oft mehrtägigen Aufenthalte sind hervorragende Werbebotschafter. Dies zeigt sich nicht zuletzt auch darin, dass über 60% der Zuschauer aus Erzählungen von Bekannten vom Event erfahren hat.

**ABBILDUNG 9: AUSGELÖSTES ARBEITSVOLUMEN (IN VOLLZEITÄQUIVALENTEN)**



■ Direkt Region Saanenland      ■ Direkt übrige Schweiz  
 ■ Indirekt Region Saanenland      ■ Indirekt übrige Schweiz

## GESELLSCHAFTLICHE AUSWIRKUNGEN IN DER REGION

Traum einer jeden Tourismusregion ist, dass es im Dorf nur so wimmelt von Gästen. Sowohl für die Gäste als auch für die einheimische Bevölkerung ist ein Grossanlass eine Bereicherung. Vor allem bei den jungen Erwachsenen ist es von immenser Wichtigkeit, dass sie auch in einer Randregion etwas erleben können. Trotz der vielen Vorteile kann ein Anlass wie der Beach Volleyball Grand Slam für die lokale Bevölkerung auch negative Auswirkungen haben. Lärm- und Lichtemissionen, Abfall und die Zunahme an Verkehr sind Belastungen, welchen die im Zentrum von Gstaad lebenden Einheimischen während unseres Events am stärksten ausgesetzt sind. Um diese Belastungen möglichst zu verringern, setzen wir verschiedene Massnahmen um.

Durch die Anreise unserer Gäste mit dem Auto entstehen zusätzliche Lärm- und Abgasemissionen sowie Staus zu Stosszeiten. Mit Hilfe von Verkehrskadetten und einem Parkleitsystem versuchen wir, diese Rückstaus so klein wie möglich zu halten und wenn immer möglich zu verhindern. Mit einem RailAway-Kombiticket der SBB bieten wir unseren ZuschauerInnen eine attraktive Anreise mit dem öffentlichen Verkehr an.

Lärmemissionen entstehen für die Anwohner beim Center Court und in der Promenade vor allem durch die Musik, die vielen ZuschauerInnen und die Lautsprecherdurchsagen. Um dem Lärm entgegenzuwirken, wird die Lautstärke der Musik in den Restaurations- und Barbetrieben im Turniervillage ab 23.00 Uhr von 93db auf 75db reduziert. Das Gelände schliesst unter der Woche um 01.00 Uhr und Freitag sowie Samstag um 02.00 Uhr. Dies gilt auch für die Verpflegungsstände in der Promenade. Die Spiele enden spätestens zwischen 19.30 und 20.00 Uhr. Dann werden auch keine Lautsprecherdurchsagen mehr gemacht. Wir verzichten auf künstliches Licht, welches es ermöglichen würde, Spiele auch in der Dämmerung durchzuführen.

Auch der Abfall kann störend wirken. Jeweils am Morgen reinigt die Gemeinde Saanen die Promenade mit ihrer Strassenputzmaschine. Der Speaker auf dem Center Court weist in regelmässigen Abständen darauf hin, den Abfall nicht liegen zu lassen, sondern zu entsorgen. Zudem sorgt die Putzquipe für ein sauberes Areal.

Dank dieser Massnahmen gab es im 2012 keine Beschwerden wegen Lärmemissionen, Abfall oder Verkehr.

### Was bleibt: Langfristiges Erbe des Beach Volleyball Grand Slam Gstaad

Vor der ersten Austragung des Beach Volleyball Grand Slam Gstaad im Jahr 2000 gab es im Saanenland kein einziges Beach-Volleyball-Feld. Zwischenzeitlich verfügt die Region über zwölf öffentliche Plätze. Beach Volleyball erfreut sich heute bei der einheimischen Bevölkerung in fast allen Altersgruppen grosser Beliebtheit. Die bestehenden sechs Beach-Volleyball-Felder der Sportzentrum Gstaad AG (Side Courts) sind von Anfang Mai bis Ende Oktober öffentlich zugänglich.

Durch die jahrelange Durchführung des Anlasses hat sich ein grosses Wissen zur Organisation von Grossanlässen angesammelt. Der Event hat mitgeholfen, die Region Gstaad auch bei einem jüngeren Publikum bekannt zu machen und somit eine neue Klientel in die Region zu bringen.

Die Infrastruktur, die für den Beach Volleyball Grand Slam benötigt wird, nutzen wir gemeinsam mit dem Gstaader ATP-Tennisturnier, welches meistens eine bis zwei Wochen nach dem Beach-Volleyball-Event stattfindet. So müssen Tribünen etc. nicht nur für einen Anlass aufgebaut werden, und Synergien können genutzt werden. Über weitere Nutzungsmöglichkeiten wird nachgedacht.

### QUARZSAND AUS BELGIEN

Um bei den öffentlich zugänglichen Beach-Volleyball-Feldern auch Kontinuität zu gewährleisten, kümmern wir uns um Wiederverwendung des Turniersands nach der Durchführung der Veranstaltung. Der aus Belgien stammende Quarzsand wird von uns bei der Basler Firma Sibelco AG gekauft. Im 2012 wurden von den 2500 Tonnen Sand 24 Tonnen ersetzt. Somit wird der Verlust, der durch den Transport, den Verkauf für Sandkasten usw. entsteht, wieder ersetzt. Der Sand vom Center Court wird nach dem Turnier auf einem der Plätze bei der Sportzentrum Gstaad AG gelagert. 2009 wurde der ganze Sand gereinigt. Dies ist einerseits günstiger, als neuen Sand zu beschaffen, andererseits werden dadurch die Auswirkungen auf die Umwelt gering gehalten, z. B. wird kein Transport benötigt, der wiederum zu CO<sub>2</sub>-Ausstoss führt.

**«DIE NATUR ZU ERHALTEN, IST TEUER.  
SIE NICHT ZU ERHALTEN, IST UNBEZAHLBAR»**

**HANS IMMLER**

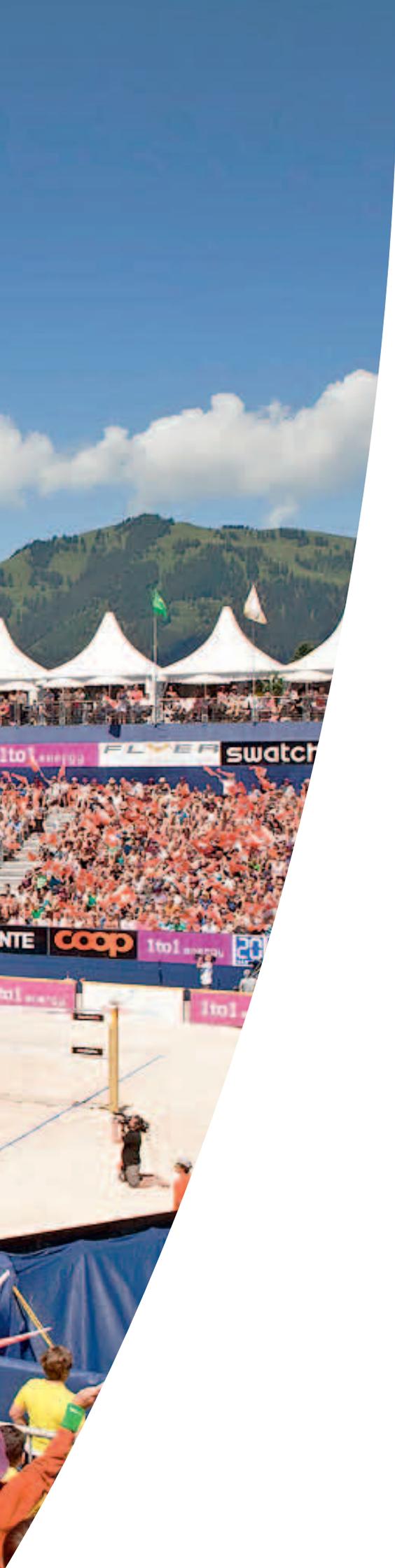


## DAS WERTVOLLSTE, WAS WIR HABEN: WIE WIR DER UMWELT SORGE TRAGEN

Der Beach Volleyball Grand Slam findet in einer wunderschönen und intakten Umgebung statt. Damit es auch so bleibt, legen wir bei der Durchführung des Events grossen Wert auf ökologische Aspekte. Wir wollen Ressourcen schonen, umweltgerecht denken und dem Besucher einen sauberen Anlass präsentieren. Der erste Eindruck, wenn unsere Gäste das Turnierareal betreten, ist uns sehr wichtig und soll restlos positiv sein! Sauberkeit auf dem Turniergelände, an den Verpflegungsständen und auf der Tribüne messen wir einen hohen Stellenwert bei. Aber nicht nur das Sichtbare soll gepflegt werden, sondern wir machen uns auch Gedanken zu indirekten Umweltauswirkungen, wie beispielsweise dem CO<sub>2</sub>-Ausstoss durch Stromverbrauch oder der Verminderung von Abfall.

Ebenso beschäftigen wir uns schon seit einigen Jahren mit dem Thema Umweltschutz bei einer Grossveranstaltung. So haben wir unter dem Motto «play greener beach» einige Massnahmen ergriffen (siehe auch [www.beachworldtour.ch](http://www.beachworldtour.ch)). Im Jahre 2011 haben wir uns ausführlich dem Thema Nachhaltigkeit am EVENT FORUM GSTAAD gewidmet, einer Veranstaltung, die seit 2009 in den Beach Volleyball Grand Slam Gstaad integriert wird, und Medienvertreter, Wirtschaftsleute, Unternehmer und Politiker an einen Tisch bringt. Im gleichen Jahr hat Swiss Olympic unsere Veranstaltung mit dem ecosport.ch-Award ausgezeichnet. Dies spornte uns noch zusätzlich an, weitere Verbesserungen in Sachen Verminderung oder gar Vermeidung des Abfalls umzusetzen.

In diesem Kapitel werden die Themen Abfall und Entsorgung, Mobilität, Energie und Emissionen ausführlich behandelt.

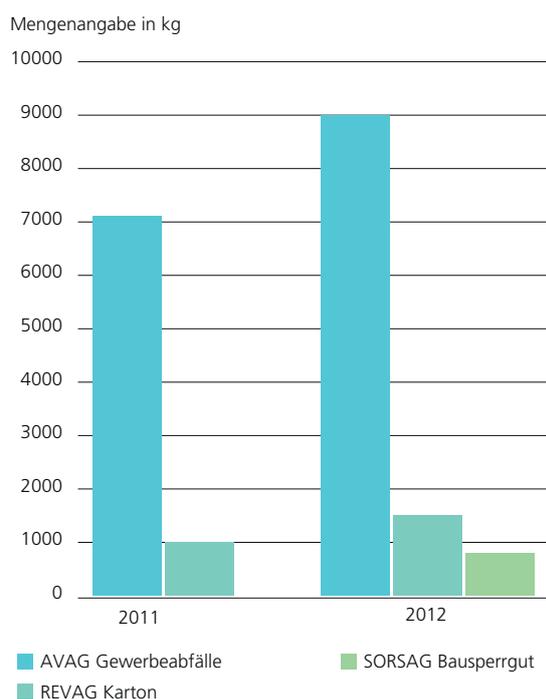


## ABFALL UND WIE WIR DAMIT UMGEHEN

Auf dem Areal des Beach Volleyball Grand Slam sind gut sichtbar grosse Abfallsammelstellen aufgestellt. PET, Glas, Karton und diverse Bauabfälle werden separat gesammelt und entsorgt. Der restliche Abfall, inklusive organische Abfälle und kompostierbares Geschirr, wird in Mulden gesammelt, in der Umladestation Saanen angenommen und von dort nach Thun in die AVAG (AG für Abfallverwertung) transportiert, wo er verbrannt wird. Das Bausperrgut wird wenn immer möglich getrennt, der nicht trennbare Rest gelangt auch in die AVAG. Die organischen Abfälle werden mitverbrannt, da sie bis heute noch nicht separat gesammelt werden. Die durch die Verbrennung freigesetzte Energie wird zur Beheizung der umliegenden Liegenschaften und mittels einer Turbine zur Stromerzeugung genutzt. Der Restmüll (Schlacke) wird auf der Deponie in Jaberg gelagert. Im Vergleich: Pro Jahr fallen in der Schweiz pro Einwohner 224 kg (4,2 kg pro Person/Woche) Hauskehricht an, in der Beachwoche 0.3 kg pro Person/Woche.

Glas und PET werden 100%ig zu neuem Material verarbeitet. Die Menge an Recyclingabfall (PET, Glas, Karton) kann für 2012 nicht eruiert werden, da die verschiedenen Abfälle nicht gemessen wurden. Im 2013 sollen aber diese Zahlen erhoben werden.

**ABBILDUNG 10: ABFALLMENGE**



Unmittelbar beim Food Corner auf dem Turnierareal befinden sich viele Sitz- und Stehmöglichkeiten, damit Speisen und Getränke vor Ort konsumiert werden können. Der Abfall wird von HelferInnen abgeräumt oder kann durch die ZuschauerInnen in den in unmittelbarer Nähe stehenden Entsorgungsstationen weggeworfen werden. Warum die Abfallmenge vom Jahr 2011 zu 2012 stark gestiegen ist, ist schwierig zu beurteilen. Eine mögliche Erklärung ist, dass aufgrund des schlechteren Wetters mehr gegessen und getrunken und dadurch auch mehr Abfall produziert wurde. Zudem werden bei gutem Wetter keine Regenponchos gebraucht und daher auch nicht weggeworfen. Da es 2012 oft kurze und heftige Regenschauer gab, wurden häufig auch die Giveaways der Sponsoren auf der Tribüne liegen gelassen und landeten somit im Abfall.

Dem Aspekt der Abfallverminderung muss in Zukunft unbedingt mehr Beachtung geschenkt werden. Erste Gespräche haben bereits mit Mitarbeitern der AVAG Thun sowie mit den Veranstaltern von anderen Grossanlässen stattgefunden, um Lösungen für dieses Problem zu finden.

Bei sportlichen Grossanlässen werden grosse Mengen Abfall oftmals durch die Giveaways der Sponsoren produziert. In diesem Jahr wurden Sitzkissen, Safarihüte, Regenponchos, T-Shirts, Sonnenbrillen und Schweizer Flaggen abgegeben. Es ist uns sehr wichtig, unsere Sponsoren dafür zu sensibilisieren, sinnvolle Giveaways an die ZuschauerInnen abzugeben. Die diesjährigen Giveaways waren bei den ZuschauerInnen beliebt und können auch an anderen Veranstaltungen verwendet werden. In Gstaad weist der Stadionsprecher das Publikum in regelmässigen Abständen daraufhin, die Giveaways mehrfach zu gebrauchen und sie nicht auf dem Turnierareal und den Tribünen liegen zu lassen. Trotzdem gab es auch einige kritische Stimmen von ZuschauerInnen zum Thema Abfall, insbesondere zu den Giveaways.

Die Veranstalter nehmen sich diese Anregungen zu Herzen und planen deshalb für 2013 die folgenden weiteren Massnahmen zur Abfallreduktion umzusetzen:

- Alle Plastikbecher werden durch Mehrwegbecher ersetzt und mit einem Pfandsystem belegt.
- Einsetzen von kompostierbarem Geschirr, sowie spezielle Sammelcontainer und separate Entsorgung im Biomasse-Zentrum
- Zusätzliche Abfall- und PET-Container direkt an den Tribünenausgängen
- Noch stärkere Sensibilisierung der Sponsoren für sinnvolle Giveaways

### STIMMEN VON ZUSCHAUERINNEN

«Sinnvolle Werbung mit Produkten wie Sonnenschutz, Getränken usw. finden wir sehr gut.»

«Um sich wirklich der Nachhaltigkeit zu verpflichten, müsste unbedingt die grosse Abfallmenge vermindert werden»

«Bei den Giveaways bessere Qualität, dafür geringere Anzahl, z.B. Regenpelerinen»

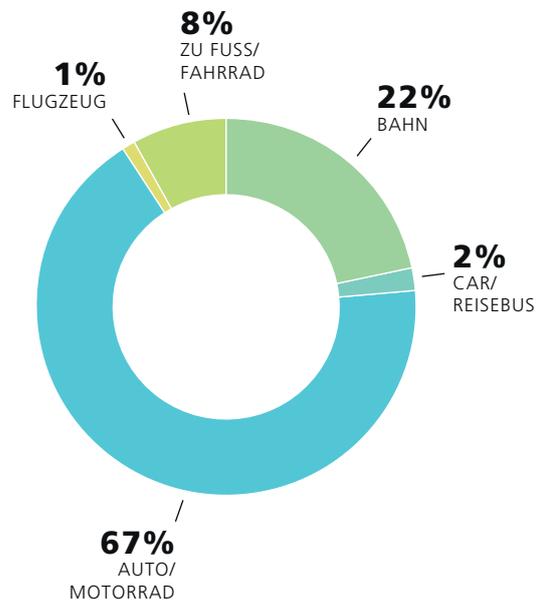


## MOBIL SEIN

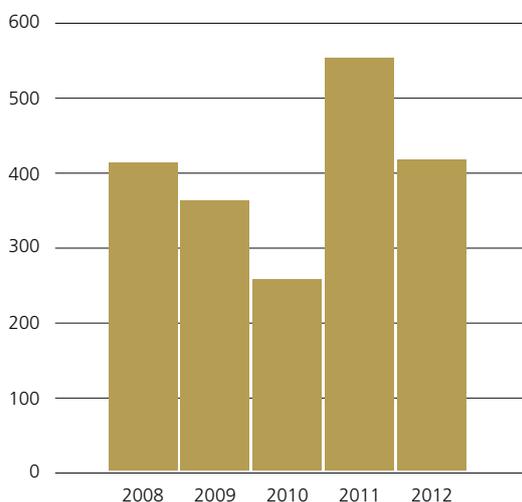
Mit einer umfassenden Planung, erfahrenen Personen und einer durchdachten Organisation möchten wir einen reibungslosen Ablauf sowohl für Gäste wie auch für Einheimische in den Bereichen Verkehr, Parkplätze, Verkehrslenkung, Shuttle-Service und Information garantieren. Zudem ist es uns ein Anliegen, die Nutzung von ökologischen Transportmitteln zu fördern. Der Beach Volleyball Grand Slam Gstaad ist deshalb Partner von SBB RailAway. Wer mit dem Zug nach Gstaad reist, profitiert von vergünstigten Ticketangeboten. In diesem Jahr haben 416 Besucher vom RailAway-Ticket-Angebot Gebrauch gemacht. Dies entspricht einem Rückgang von 131 verkauften Tickets gegenüber 2011. Die Gründe für den Rückgang sind unklar. Das Wetter war im Gegensatz zu 2011 wesentlich schlechter, dies könnte spontane Tagesausflügler nach Gstaad negativ beeinflusst haben. Insgesamt kamen 22% der ZuschauerInnen mit öffentlichen Verkehrsmitteln, davon nutzten 7,5% das RailAway-Angebot (2011: 8,5%, die Gesamtzahl der mit den öffentlichen Verkehrsmitteln angereisten ZuschauerInnen wurde nicht eruiert).



**ABBILDUNG 12:  
GENUTZTE TRANSPORTMITTEL**



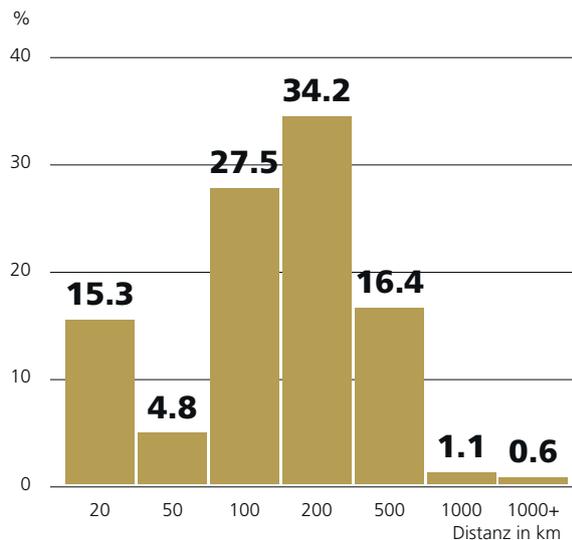
**ABBILDUNG 11:  
VERKAUFTE RAILAWAY-TICKETS**



Über zwei Drittel der ZuschauerInnen nutzten ein Auto oder Motorrad, um zur Veranstaltung zu gelangen. Öffentliche Verkehrsmittel wurden nur von rund einem Fünftel der ZuschauerInnen genutzt. Dies kann daran liegen, dass der Fahrplan abends nicht mehr so attraktiv ist.

20% der ZuschauerInnen kamen aus der näheren Umgebung und mussten nur bis zu 50 km zurücklegen. Über 60% legen 50 – 200 km zur Veranstaltung zurück.

**ABBILDUNG 13: ANREISE-DISTANZ**



**STIMME VON ZUSCHAUERINNEN**

«Es war wieder einmal super! Die Stimmung im «Gstaadion» ist grandios! Die Idee mit den E-Bikes fand ich super. (...) Ein rundum gelungener Anlass!»

Für 2013 prüfen wir weitere Massnahmen, um mehr ZuschauerInnen zu motivieren, mit der Bahn anzureisen.

Für die mit dem Auto anreisenden Gäste standen neben den öffentlichen Parkplätzen (Parkhaus) weitere Parkmöglichkeiten auf den Pausenplätzen der umliegenden Schulhäuser (das Turnier fand während der Schulferien statt), den grossen Parkplätzen der Bergbahnen sowie auf Grünflächen, sofern dies das Wetter erlaubte, zur Verfügung. 2012 wurden auf den offiziellen, vom Veranstalter betriebenen Parkplätzen, 1336 Fahrzeuge gezählt. Die Parkplatzgebühren betragen CHF 5.– pro Tag respektive CHF 20.– pro Woche. Die Distanz zwischen dem grössten Parkplatz auf der «Zingre Matte» und dem Center Court beträgt ca. 5–10 Gehminuten. Shuttlebusse wurden nur für VIPs und AthletInnen angeboten. Bei Schlechtwetter kann nicht auf Grünflächen parkiert werden. Dann wird auf den Flugplatz Saanen ausgewichen, von dort wird ein Shuttle angeboten. Für das Turnier 2012 war dies nicht nötig. Für den Transport aller Turnierbesucher zwischen dem Center Court und den Side Courts standen das Saanen-Bank-Zügli, Rikscha-Taxis sowie unsere Flyer-Flotte (Elektrovelos) zur Verfügung. Dieses Jahr wurden während der Beach-Woche 6111 km mit den Flyern zurückgelegt!

Um einen reibungslosen Ablauf des zeitweise hohen Verkehrsaufkommens zu garantieren, werden Verkehrskadetten für die vorgesehenen Parkplätze sowie zur Regelung des Verkehrs innerhalb von Gstaad, besonders an wichtigen Verkehrsknotenpunkten, durch den Einsatzleiter eingeteilt. Die Wegweisung ist so organisiert, dass im Normalfall schon ab Saanen oder ab Gsteig die Wegweiser «Richtung Gstaad» zeigen.

Die Spielertransporte wurden mit grossräumigen Fahrzeugen aus unserer SEAT-Flotte organisiert. Dabei wurde darauf geachtet, dass mehrere AthletInnen gleichzeitig am Flughafen Genf abgeholt oder wieder hingebacht werden konnten. Dies setzte voraus, dass auch beim Buchen der Flüge versucht wurde, die Ankunftszeiten bestmöglich zu koordinieren. Während des Turniers selbst waren die AthletInnen in unmittelbarer Nähe des Turnierareals in den beiden Spielerhotels Bernerhof und Gstaaderhof untergebracht. Sie kamen jeweils zu Fuss zum Turnierareal. Die Spielplätze auf den Side Courts waren ebenfalls zu Fuss erreichbar. Die AthletInnen hatten aber auch die Möglichkeit, vom Angebot der Rikscha-Taxis, des Saanen-Bank-Zügli oder unserer Flyer-Flotte (Elektrovelos) Gebrauch zu machen.

Damit noch mehr ZuschauerInnen auf den öffentlichen Verkehr umsteigen, erarbeiten wir gerade in Zusammenarbeit mit der SBB ein attraktiveres RailAway-Angebot. Ausserdem wird die Parkplatzgebühr 2013 von CHF 5.– auf CHF 10.– pro Tag erhöht, und die wöchentliche Gebühr wird abgeschafft.



## KEIN EVENT OHNE ENERGIE

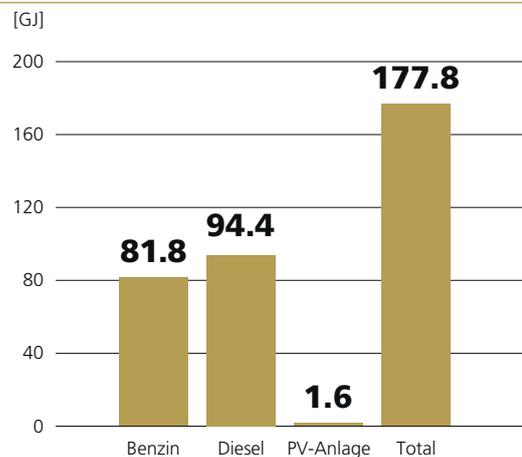
Sport ohne Energie – das ist schlicht und ergreifend nicht möglich. Sport auf Spitzenniveau schon gar nicht. Wenn unsere AthletInnen ohne Energie im Sand stehen würden, wie sähen dann wohl die Beach-Volleyball-Begegnungen aus? So wie Sport ohne die Energie des eigenen Körpers nicht funktioniert, so ist auch ein Event ohne Energie nicht möglich. Und damit meinen wir nicht nur die Energie im übertragenen Sinne, also die Energie der AthletInnen, der Organisatoren, der vielen freiwilligen HelferInnen, der ZuschauerInnen, sondern auch die Energie, die nichts mit Emotionen zu tun hat, sondern diejenige, welcher unser Sponsor, BKW FMB Energie AG, zum Teil liefern kann, also beispielsweise Energie, um zu kochen. Ebenfalls braucht es Energie, um Getränke, Sand, Material, Athleten, Funktionäre ans Turnier zu transportieren sowie unsere Zuschauer, die mit ihren Fahrzeugen oder mit den öffentlichen Verkehrsmitteln anreisen; Energie, die unser Turnierareal am Abend beleuchtet, damit unsere Gäste Spass haben können, Energie, damit Wiederholungen der besten Spielszenen in den Spielunterbrechungen gezeigt werden können, oder aber Energie, die Musik aus den Lautsprechern schallen lässt.

Kein Event ohne Energie also, das leuchtet ein. Wie wir jedoch mit dieser Energie umgehen, darauf können wir Einfluss nehmen. Und weil wir fest daran glauben, dass unsere Umgebung, die Berge und die wunderbare Landschaft jede Menge positive Energie ausstrahlen, wollen wir darauf achten, dies mit unserem Event nicht zu zerstören.

Vom Beach Volleyball Grand Slam Gstaad wurden Diesel und Benzin als Hauptenergieträger für den Transportbereich eingekauft. Weiter wurde mittels einer 20 kWh Photovoltaikanlage (PV-Anlage) auf dem VIP-Zelt erneuerbare Energie produziert.



**ABBILDUNG 14:**  
**DIREKTE PRIMÄRENERGIETRÄGER**



Es wird also praktisch gleich viel Benzin wie Diesel für den Transportbereich benötigt. Die von der PV-Anlage produzierte Energie macht aufgrund der kurzen Betriebszeit nur einen kleinen Anteil aus. Zudem ist die Produktionsmenge stark von den Wetterverhältnissen abhängig.

Von einem externen Hotelbetrieb, welcher für das Catering im VIP-Zelt verantwortlich ist, wurde Gas zum Kochen verwendet. Die verbrauchte Menge an Gas ist nicht bekannt, da die Mahlzeiten in der Hotelküche vorproduziert wurden, wo auch das Essen für den normalen Restaurantbetrieb gekocht wird.

Für den indirekten Energieverbrauch wird nur elektrischer Strom verwendet. Dieser besteht grösstenteils aus Ökostrom (92%), welcher aus Wasser- und Windkraft erzeugt wird.

Die jeweilige Primärenergie weist wiederum unterschiedliche Anteile an erneuerbarer Energie auf. Während die beiden Ökostromprodukte (Wasser- und Windkraft) einen geringen nicht erneuerbaren Energieanteil aufweisen, entfällt beim Schweizer Mix der grösste Anteil auf nicht erneuerbare Energie. Der erneuerbare Anteil der Primärenergie beträgt insgesamt rund 82%. Dies ist bereits ein guter Wert.

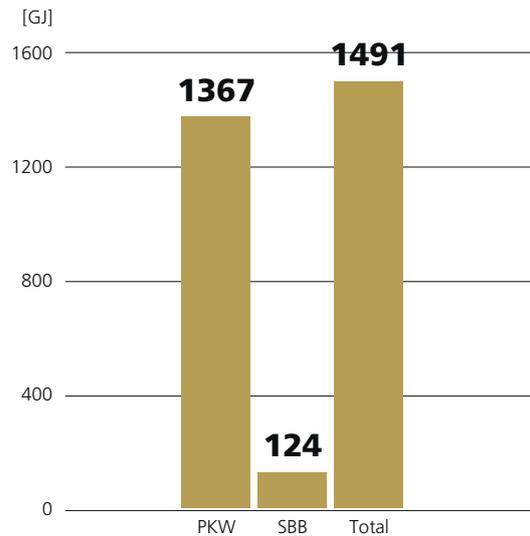
Im Bereich der weiteren indirekt verbrauchten Energie sind folgende zwei Punkte für den Event von Bedeutung: Zum einen ist dies der Energieverbrauch der externen Cateringfirmen für die Verpflegung der Besucher. In diesem Bereich wird vor allem Strom und Gas verwendet. Und zum anderen der Energiebedarf in Form von Treibstoff und Strom für die An- und Abreise der Besucher mit PKW oder öffentlichen Verkehrsmitteln.

Der Energieverbrauch der Cateringunternehmen ist, wie bereits oben erwähnt, unbekannt und somit auch nicht erfassbar. Eine Schätzung ist nicht möglich, da ein wichtiger Faktor, nämlich die Anzahl Mahlzeiten, welche die einzelnen Betreiber ausgegeben haben, nicht vorhanden ist. Für eine genaue Betrachtung muss in Zukunft der Verbrauch erfasst werden; dies soll ab dem Turnier 2013 erfolgen.

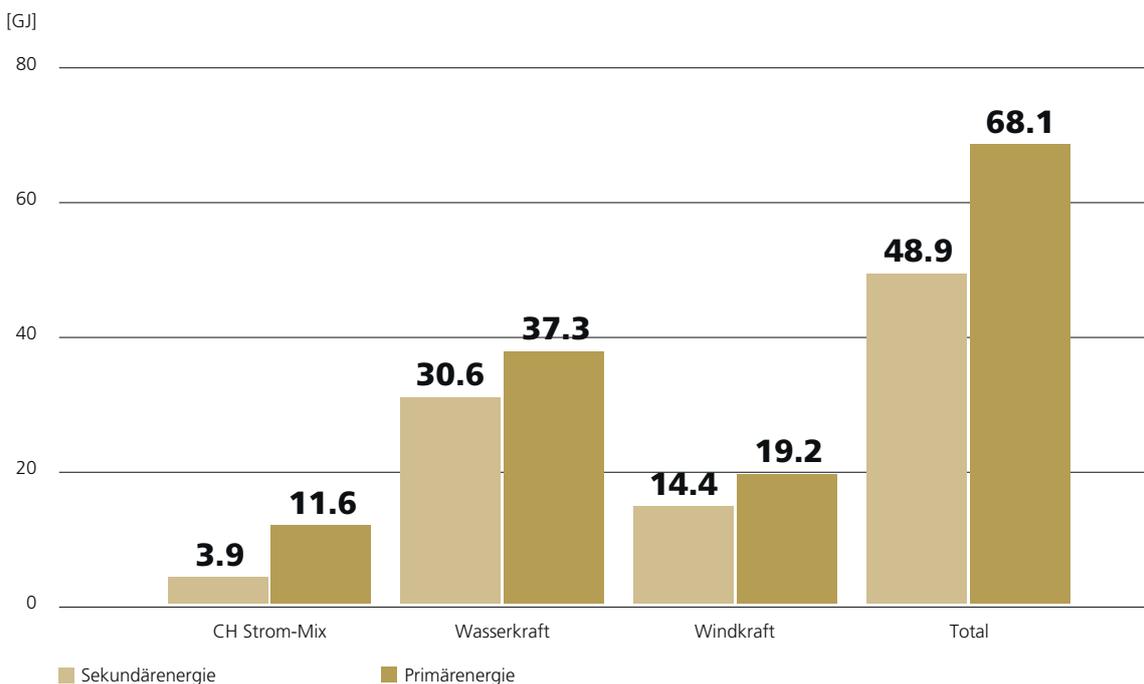
Beim An- und Abreiseverkehr sind hingegen konkrete Angaben vorhanden anhand derer der Energieverbrauch abgeschätzt werden kann: Zum ersten wurde das Parkplatzangebot von 1336 Fahrzeugen in Anspruch genommen, und zum zweiten sind im Jahr 2012 416 RailAway-Kombitickets verkauft worden.

Nachfolgend ist der Energieverbrauch der beiden Verkehrsmittel ersichtlich:

**ABBILDUNG 16: ENERGIEVERBRAUCH DURCH MOBILITÄT**



**ABBILDUNG 15: INDIREKTE PRIMÄRENERGIETRÄGER (ELEKTRIZITÄT)**



Die Förderung von RailAway-Kombitickets wirkt sich natürlich auf den Energieverbrauch aus. Wenn angenommen wird, dass durch die Kombitickets rund 200 Fahrten mit dem PKW (ca. 2 Personen pro Fahrzeug) gespart werden, dann reduziert sich der Primärenergieverbrauch um rund 47 GJ. Darum ist es wichtig, dass wir noch mehr BesucherInnen motivieren, mit den öffentlichen Verkehrsmitteln anzureisen.

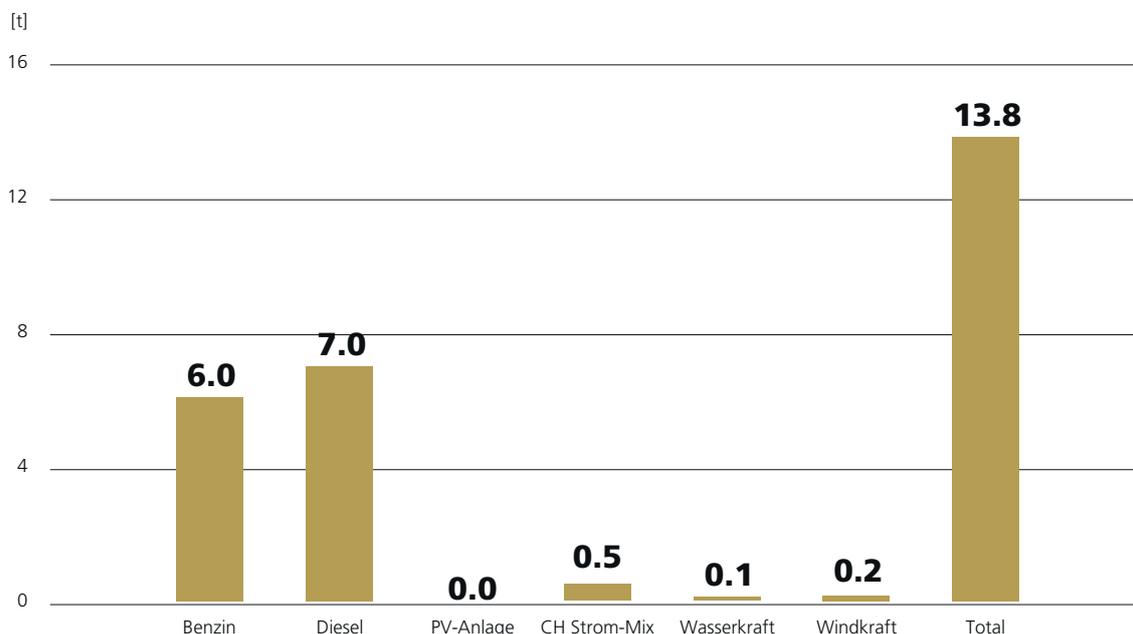
Der Einsatz von Rikschas vom Center Court zu den Side Courts ist für unsere BesucherInnen ein originales Transportangebot. Stünde dieses Angebot nicht zur Verfügung, würden diejenigen ZuschauerInnen, welche das Angebot nutzen, wohl zu Fuss gehen. Darum kann dieser Fahrdienst nicht als alternatives umweltschonendes Transportmittel angerechnet werden.

## MEHR ÖKOSTROM, WENIGER TREIBHAUS- GASE!

Der Ausstoss an Treibhausgasen ergibt sich hauptsächlich aus dem Verbrauch der direkten Energie vor Ort, beispielsweise durch Transporte. Die direkte Stromproduktion vor Ort mittels der PV-Anlage wurde mit null Emissionen bilanziert.

Die indirekten Emissionen verursachten aufgrund des Bezugs von Ökostrom und des Schweizer Strommix nur minimale Treibhausgasemissionen. Sämtliche Emissionen wurden basierend auf dem Primärenergieverbrauch berechnet.

**ABBILDUNG 17: CO<sub>2</sub>-ÄQUIVALENTE FÜR STROMVERBRAUCH**



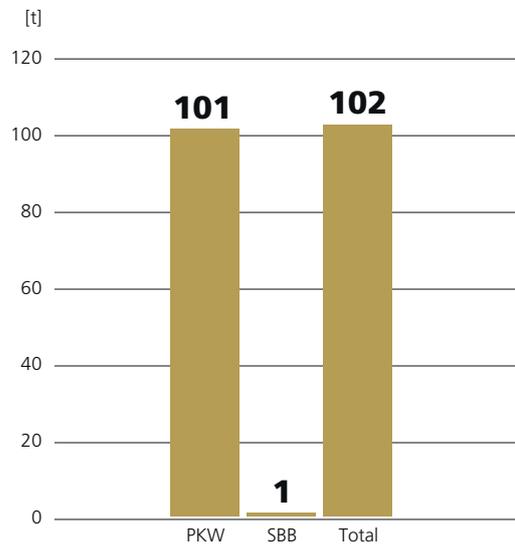
Durch die Nutzung von öffentlichen Verkehrsmitteln werden nur geringe Emissionen freigesetzt, da die Bahn zum grössten Teil mit Strom aus Wasserkraft (74%) betrieben wird. Die restlichen 26% Strom werden nuklear erzeugt. Die PKW-An- und Abfahrten verursachen insgesamt fast 101 Tonnen Treibhausgasemissionen und sind damit der grösste Verursacher (87%) von Emissionen. Durch die Nutzung der öffentlichen Verkehrsmittel wurden insgesamt rund 6.2 Tonnen Treibhausgase vermieden.

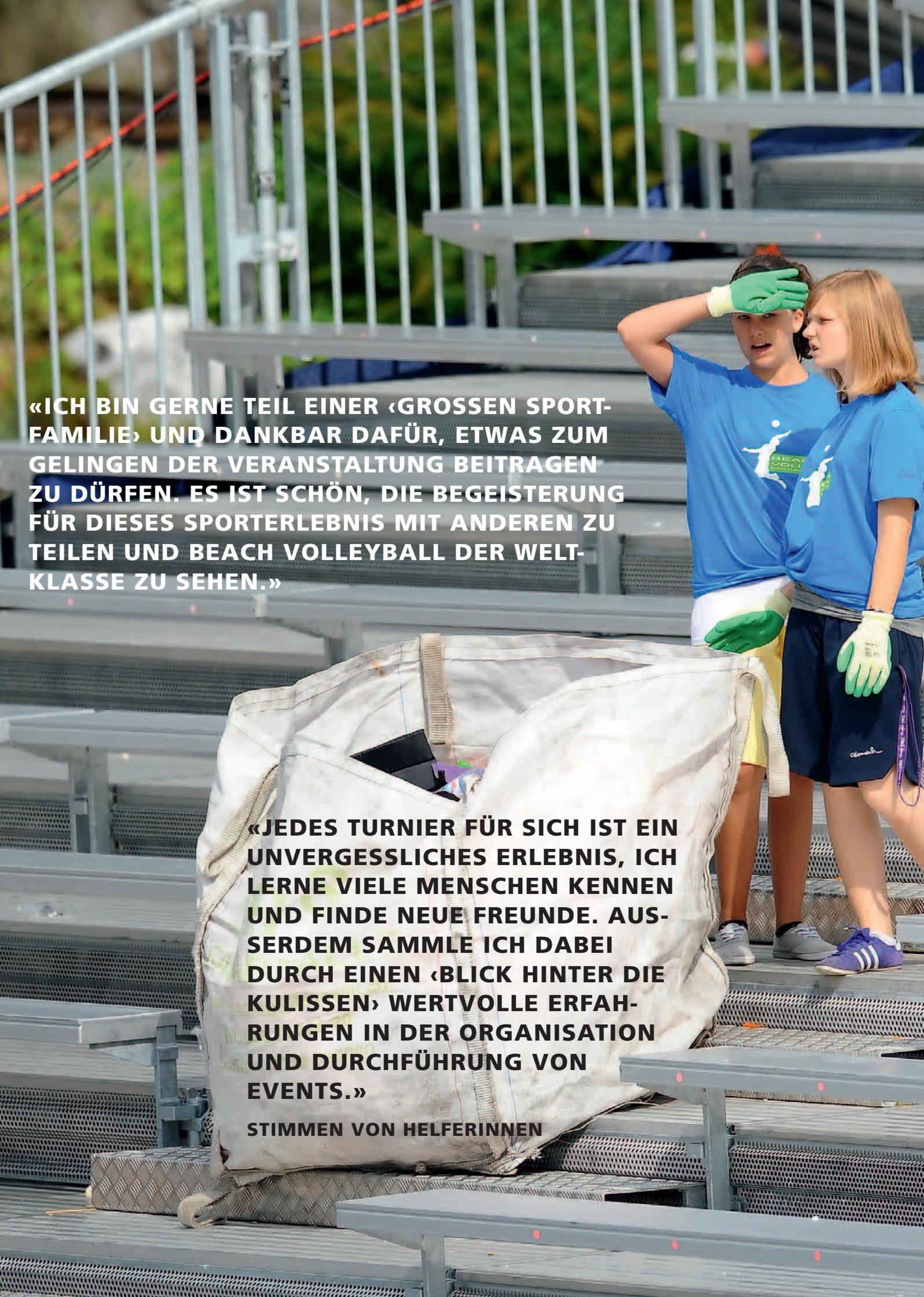
Für den Beach Volleyball Grand Slam Gstaad werden keine vorgeschriebenen Massnahmen bezüglich Energiebezug und Emissionsbeschränkungen gefordert. Das heisst, sämtliche Massnahmen, welche zur Verminderung von Stromverbrauch und Emissionen getroffen werden, werden auf freiwilliger Basis durchgeführt.

Die Analyse hat gezeigt, dass ein Grossteil des Energieverbrauchs und der Treibhausgasemissionen dem Transportbereich zuzuordnen sind. Insbesondere der nicht oder nur gering beeinflussbare individuelle Personenverkehr für die An- und Abreise an den Event verursacht die meisten Verbräuche und Emissionen. Im Bereich des Stroms wurden mässige Emissionen festgestellt, da hauptsächlich Ökostrom eingekauft wird. Ein Teil des Stroms wird vor Ort mittels PV-Anlage selbst produziert.

Die effektivste Massnahme, um den Energieverbrauch und die Treibhausgasemissionen zu reduzieren ist, den individuellen Privatverkehr zu reduzieren und vermehrt auf das Konzept RailAway-Kombiticket zu setzen.

**ABBILDUNG 18: CO<sub>2</sub>-ÄQUIVALENTE FÜR MOBILITÄT UND TRANSPORT**





**«ICH BIN GERNE TEIL EINER «GROSSEN SPORT-FAMILIE» UND DANKBAR DAFÜR, ETWAS ZUM GELINGEN DER VERANSTALTUNG BEITRAGEN ZU DÜRFEN. ES IST SCHÖN, DIE BEGEISTERUNG FÜR DIESES SPORTERLEBNIS MIT ANDEREN ZU TEILEN UND BEACH VOLLEYBALL DER WELT-KLASSE ZU SEHEN.»**

**«JEDES TURNIER FÜR SICH IST EIN UNVERGESSLICHES ERLEBNIS, ICH LERNE VIELE MENSCHEN KENNEN UND FINDE NEUE FREUNDE. AUSSERDEM SAMMLE ICH DABEI DURCH EINEN «BLICK HINTER DIE KULISSEN» WERTVOLLE ERFAHRUNGEN IN DER ORGANISATION UND DURCHFÜHRUNG VON EVENTS.»**

**STIMMEN VON HELFERINNEN**

## DAS HERZSTÜCK DES TURNIERS: UNSERE MIT- ARBEITENDEN UND FREI- WILLIGEN HELFERINNEN

Oft wird Nachhaltigkeit nur mit dem Thema Umwelt in Verbindung gesetzt. Unsere Stärke liegt aber ganz klar auch bei den Mitarbeitenden und freiwilligen HelferInnen. Jedes Jahr rund 500 HelferInnen für einen ehrenamtlichen Einsatz zu finden und zu motivieren, ist nicht selbstverständlich. Die Mehrzahl dieser HelferInnen dürfen wir seit mehreren Jahren zu unserem Team zählen, was zeigt, dass wir ein angenehmes Arbeitsklima bieten. Für die Rekrutierung von HelferInnen besteht seit drei Jahren eine Zusammenarbeit mit der Volunteer-Plattform von Swiss Olympic.

## IM EINSATZ FÜR BEACH VOLLEYBALL

Neben den in der Geschäftsstelle der Sport Events Gstaad GmbH beschäftigten Personen standen in diesem Jahr 474 HelferInnen im Einsatz, 59% Frauen und 41% Männer. Die meisten HelferInnen kamen aus dem Kanton Bern. Von den HelferInnen brauchten 51% eine Übernachtung in der Region. 41% unserer HelferInnen sind im Alter von 10–19 Jahren. 48% leisten durchschnittlich einen Einsatz von 4–6 Tagen.

Insgesamt wurden von diesen 474 HelferInnen 2493 Arbeitseinsätze geleistet. Pro Arbeitseinsatz wird mit einer Präsenzzeit von 7.5 Stunden gerechnet, da man im Schichtbetrieb arbeitet. Dies ergibt eine Gesamtzahl von 18697.5 geleisteten Arbeitsstunden. Pro HelferIn ergab dies im Schnitt eine Arbeitsleistung von 39.45h und eine Einsatzlänge von 5.25 Tagen. Ein Arbeitseinsatz bedeutet die Ausführung einer Aufgabe während eines Tages.



Die HelferInnen arbeiten ehrenamtlich, Ausnahmen finden sich in den Bereichen Reinigung, Bereitstellung Side Courts sowie Park&Ride, in welchem die HelferInnen pro Einsatztag mit einer Pauschale von CHF 30.– entschädigt werden. Die HelferInnen werden mit einer einheitlichen Helferbekleidung, welche sie nach dem Turnier behalten dürfen, ausgestattet. Bis und mit 2012 erhielten alle HelferInnen vom World Tour Sponsor SWATCH eine Uhr geschenkt. Kost und Logis zahlt der Veranstalter. Am Samstagabend vor Beginn des Turniers sowie am Finaltag nach Turnierschluss sind alle HelferInnen, die sich in irgendeiner Form am Auf- oder Abbau des Areals beteiligt haben, zu einem Nachtessen eingeladen. Im Januar findet jeweils ein Skiweekend statt, zu dem wiederum alle HelferInnen eingeladen werden. Sie erhalten Kost und Logis sowie eine Zweitageskarte für die Bergbahnen.

Es kommt vor, dass sich Personen zum Helfen anmelden, Kleider und Uhr abholen, dann aber nie beim zugeordneten Ressort erscheinen. Diese Personen kommen auf eine sogenannte «Black List», damit wir sie im nächsten Jahr nicht wieder als HelferIn einsetzen. 2012 sind drei Personen nicht erschienen. Manchmal kommt es vor, dass sich Personen überschätzen und nicht in der Lage sind, die von uns beschriebenen Arbeiten zu leisten.

Vereinzelte gibt es Jugendliche, die ihren Einsatz zu wenig ernst nehmen und nur den Faktor «Fun» sehen. Bei einem Vorfall wird zuerst das Gespräch gesucht und man versucht, das Problem zusammen zu lösen. Wenn es sich um gravierende Vorfälle handelt, erhält der Helfer eine Verwarnung. Erfolgt keine Verbesserung des Verhaltens, wird die Person auf die «Black List» gesetzt. Insgesamt mussten im Jahr 2012 sechs Personen auf dieser Liste notiert werden.

Der FIVB ist mit 13 offiziellen Funktionären vertreten. Darin inbegriffen sind acht Neutral Referees, d.h. neutrale Schiedsrichter aus aller Welt. Sie zählen nicht zu den HelferInnen, weil sie sich nicht über das Helfersystem anmelden müssen. Zusätzlich sind 14 Local Referees (Schiedsrichter aus der Schweiz), 6 Frauen und 8 Männer, 24 Linienrichter aufgeteilt in 3 Frauen und 21 Männer, sowie 18 Scorer (Punktezhälter), 14 Frauen und 4 Männer.

Die Sport Events Gstaad GmbH ist Partner der Europäischen Sponsoring Börse (ESB). Dadurch ermöglicht sie es ihren MitarbeiterInnen, berufsbegleitende Lehrgänge, Seminare und Weiterbildungsmöglichkeiten wahrzunehmen.

Freiwillige HelferInnen werden von den Ressortverantwortlichen vor ihrem Einsatz täglich instruiert. Bei Fragen oder Unklarheiten sind die Ressortverantwortlichen während der ganzen Zeit Ansprechperson der HelferInnen. Sie kümmern sich auch um mögliche Probleme, die zwischen HelferInnen anfallen. Zusätzlich gibt es einen hauptverantwortlichen Mitarbeiter für das Helfewesen, der vor allem während der Turnierwoche bei Fragen oder Problemen den HelferInnen zur Verfügung steht und jederzeit erreichbar ist.



## WIR WOLLEN BESSER WERDEN

Die dargestellten Entwicklungen zeigen auf, dass wir betreffend Nachhaltigkeit auf gutem Weg sind. Dass eine sportliche Grossveranstaltung wie der Beach Volleyball Grand Slam Gstaad Auswirkungen auf die Umwelt und Gesellschaft hat, steht ausser Frage. Wir haben es uns aber zum Ziel gesetzt, diese Belastungen so gering wie möglich zu halten.

Im Zentrum unserer Umweltmassnahmen für das nächste Turnier im Jahr 2013 stehen Verkehr und Abfall. Dort haben wir den grössten Handlungsbedarf und die grösste Hebelwirkung, wie der Event 2012 gezeigt hat. Wir werden daher ein Pfandsystem für die Getränkebehälter einführen. Zudem prüfen wir verschiedene Sammlungsmöglichkeiten für den Abfall während des Turniers. Praktisch wäre der Einsatz von Mülltrennsystemen, mit einem einfachen und für die Zuschauer leicht zu verstehenden Trennsystem. Solche Trennsysteme sind allerdings mit hohen Kosten verbunden. Es ist uns bewusst, dass unsere Verbesserungen in diesem Bereich nicht von heute auf morgen umgesetzt werden können. Wir haben uns zum Ziel gesetzt, die Abfallmenge möglichst gering zu halten und wollen auch unsere Sponsoren diesbezüglich sensibilisieren und noch mehr darauf achten, dass nur Giveaways abgegeben werden, die wirklich sinnvoll sind.

In Sachen Gesundheit wäre es von Vorteil, wenn ein Sponsor für Sonnencreme gefunden werden und diese als Giveaways an BesucherInnen, HelferInnen und AthletInnen abgegeben werden könnte.

Was den Verkehr betrifft, wollen wir gemeinsam mit SBB RailAway vermehrt Gäste zur Anreise mit der Bahn bewegen. Ferner werden die Parkplatzgebühren für 2013 markant erhöht.

Um die bestehende Infrastruktur noch besser zu nutzen, wird 2013 neben dem Beach Volleyball Grand Slam und dem Suisse Open Gstaad das Oberländische Schwingfest in Gstaad auf demselben Areal stattfinden. Wir sind gerne bereit, weitere Anlässe für das Areal und die gemeinsame Nutzung der Infrastruktur zu generieren, bzw. andere Anlässe zu «beherbergen».

Auch 2013 soll der Sport im Vordergrund unseres Events stehen. Wir sind bestrebt, das Turnier durch weitere Side Events für unsere ZuschauerInnen noch attraktiver zu machen. Doch Sicherheit und Gesundheit all unserer Besucher gehen vor. Der Event soll auch künftig nicht zu einem «Trinkfest» werden.

Die Ergebnisse der Umfrage unter den ZuschauerInnen waren für uns spannend und aufschlussreich. Eine solche Befragung werden wir sicher wiederholen. Wir bemühen uns, die Bedürfnisse all unserer Anspruchsgruppen ernst zu nehmen und stehen in Kontakt mit allen Interessensgruppen. Wir sind davon überzeugt, dass Sportevents durch ihre hohe Emotionalität und die mediale Aufmerksamkeit bestens geeignet sind, Anspruchsgruppen die Möglichkeit zu geben, die Umsetzung von Umweltaspekten einzufordern. Das heisst aber auch, dass ein entsprechendes Budget vorhanden sein muss. Um als Grossanlass nachhaltig umweltschonend zu sein, lässt es sich nicht vermeiden, Geld in die Hand zu nehmen. Es wäre wünschenswert, dass die Sponsoren das Potenzial im Bereich Nachhaltigkeit einer Grossveranstaltung und welche Rolle sie dabei spielen können, erkennen würden. Gerade bei Umweltthemen wäre die Unterstützung der Sponsoren gefragt.

Wie nachhaltig der Beach Volleyball Grand Slam Gstaad heute bereits ist, ist schwierig zu beurteilen. Wir sind aber überzeugt, dass wir in einigen Teilbereichen heute schon vieles erreicht haben und mit jedem Turnier nachhaltiger werden.



## KENNZAHLEN AUF EINEN BLICK

Damit sich unsere Anspruchsgruppen ein Bild unserer Nachhaltigkeitsleistung im letzten Jahr machen können, haben wir unsere Kennzahlen in der folgenden Tabelle zusammengetragen:

Beach Volley Grand Slam	Einheit	2012
Besucher	Anzahl	40 000
Anzahl Teams im Haupttableau	Anzahl	64
Medienberichte	Anzahl ca.	474
– Nationale TV-Stunden	h	20
– Internationale TV-Stunden	h	200
– Medienberichte weltweit	Anzahl	800
Akkreditierte Journalisten	Anzahl	200
Quarzsand gesamthaft	t	2500
Zuschauerzufriedenheit	%	99
Beach Volleyball als Grund für Besuch in Gstaad	%	80
<b>Wirtschaftliche Leistung</b>		
<b>Bruttowertschöpfung total</b>		<b>5280</b>
davon direkt regional	in 1000 CHF	2570
davon indirekt regional	in 1000 CHF	320
davon direkt national	in 1000 CHF	820
davon indirekt national	in 1000 CHF	1570
<b>Steuereffekt</b>		<b>650</b>
Gesamt Bund und Kanton	in 1000 CHF	650
<b>Beschäftigungseffekt total</b>		<b>65</b>
davon direkt regional	VZÄ	39
davon indirekt regional	VZÄ	3
davon direkt national	VZÄ	11
davon indirekt national	VZÄ	12
<b>Ausgelöste Gesamtlogiernächte</b>		<b>32 490</b>
Hotellerie	Logiernächte	8190
Parahotellerie	Logiernächte	17 770
Sonstige	Logiernächte	6530
<b>Umweltleistung</b>		
<b>Direkter Energieverbrauch</b>	<b>GJ</b>	<b>177.76</b>
– Benzin	GJ	81.77
– Diesel	GJ	94.38
– PV-Anlage	GJ	1.61
– erneuerbarer Anteil	%	0.90
<b>Indirekter Energieverbrauch</b>	<b>GJ</b>	<b>48.91</b>
– CH Strom-Mix	GJ	3.91
– Wasserkraft	GJ	30.60
– Windkraft	GJ	14.40
– erneuerbarer Anteil	%	92.00

Primärenergie zur Produktion der Sekundärenergie	GJ	68.10
– CH Strom-Mix	GJ	11.61
– Wasserkraft	GJ	37.34
– Windkraft	GJ	19.15
– erneuerbarer Anteil	%	82.90
<b>Gesamte CO<sub>2</sub>-Emissionen</b>	<b>t</b>	<b>13.75</b>
Direkte Emissionen: Benzin, Diesel	t	12.99
Indirekte Emissionen: Strom	t	0.76
<b>Total Abfallmenge</b>	<b>t</b>	<b>11.00</b>
Recycling (PET, Glas, Karton)	t	1.20
Rückgewinnung (Energie)	t	9.00
Bausperrgut	t	0.80
Verkehrsmittel der ZuschauerInnen		
– Auto, Motorrad	%	68.00
– Zug, Bahn	%	22.00
– Zu Fuss, Fahrrad	%	8.00
– Car, Reisebus	%	2.00
– Flugzeug	%	1.00
<b>Zurückgelegte Kilometer für Besuch des Beach</b>		
< 50 km	%	20.10
50–200 km	%	61.70
> 200 km	%	18.10
<b>MitarbeiterInnen und HelferInnen</b>		
<b>Mitarbeitende Geschäftsstelle</b>	<b>Anzahl</b>	<b>7</b>
– Anteil Festangestellte	%	28.5
– Anteil Teilzeitbeschäftigte	%	71.4
– Anteil Frauen	%	57.1
<b>Organisationskomitee (OK)</b>	<b>Anzahl</b>	<b>40</b>
– Anteil Frauen	%	27.5
<b>Steuerungskomitee</b>	<b>Anzahl</b>	<b>8</b>
– Anteil Frauen	%	37
– Anteil < 30 Jahre	%	12.5
– Anteil 30–50 Jahre	%	62.5
– Anteil > 50 Jahre	%	25
<b>HelferInnen</b>	<b>Anzahl</b>	<b>474</b>
– Anteil Frauen	%	59
– HelferInnen < 19 Jahre	%	41

## GRI CONTENT INDEX

- Wir berichten vollständig über diesen Indikator
- Wir berichten teilweise über diesen Indikator

EC	Leistungsindikatoren zu ökonomischen Auswirkungen
EN	Leistungsindikatoren zu ökologischen Auswirkungen
LA	Leistungsindikatoren zu Arbeitsbedingungen
PR	Leistungsindikatoren zur Produktverantwortung
SO	Leistungsindikatoren zu gesellschaftlichen Auswirkungen
EO	Leistungsindikatoren des GRI Event Organizers Sector Supplement

GRI-Indikator	Thema	Status	Seite
<b>Strategie und Profil</b>			
1.1	Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers	●	5
2.1 – 2.10	Organisationsprofil	●	4, 7–9
3.1–3.9, 3.10–3.12	Berichtsparameter	●	10–12, 44–46
4.1 – 4.4	Corporate Governance	●	9, 48–49
4.14 – 4.15	Einbezug von Stakeholdern	●	10–11
<b>ÖKONOMISCHE LEISTUNGSINDIKATOREN</b>			
Managementansatz zur ökonomischen Leistung			20–24
EC1	Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert	●	20–21
EC4	Finanzielle Zuwendungen der öffentlichen Hand	●	21
EC6	Berücksichtigung lokaler Zulieferer	○	20
EC9	Verständnis und Beschreibung der Art und des Umfangs wesentlicher indirekter wirtschaftlicher Auswirkungen.	●	20–24
<b>ÖKOLOGISCHE LEISTUNGSINDIKATOREN</b>			
Managementansatz zur ökologischen Leistung			27
EN3	Direkter Energieverbrauch	●	32
EN4	Indirekter Energieverbrauch	●	33
EN7	Initiativen zur Verringerung des indirekten Energiebedarfs und erzielte Einsparungen	○	32–34
EN16	Gesamte direkte und indirekte Treibhausgasemissionen nach Gewicht.	●	34–35
EN18	Initiativen zur Verringerung von Treibhausgasemissionen und erzielte Ergebnisse	○	34–35
EN22	Gesamtgewicht des Abfalls nach Art und Entsorgungsmethode, Initiativen zur Abfallproblematik und Resultate.	○	28–29
EN26	Initiativen zur Minimierung von Umweltauswirkungen von Produkten und Dienstleistungen	○	27–35
EN29	Umweltauswirkungen von Transport und Verkehr	○	30–31, 35
EO2	Von Besuchern benutzte Transportmittel als Prozentsatz des gesamten Verkehrs, sowie Initiativen, um Benutzung von nachhaltigen Transportoptionen zu fördern	●	30–31, 39
EO3	Wesentliche ökologische und sozioökonomische Auswirkungen verursacht durch den Transport der Besucher zu und von der Veranstaltung, ergriffene Initiativen, um diese Auswirkungen zu adressieren.	●	30–31, 39

<b>GESELLSCHAFTLICHE LEISTUNGSINDIKATOREN</b>			
<b>Arbeitsbedingungen und Beschäftigung</b>			
Managementansatz zu den Arbeitsbedingungen			37
LA1	Gesamtbelegschaft nach Beschäftigungsart, Arbeitsvertrag und Region.	●	9, 37
LA10	Durchschnittliche jährliche Stundenzahl Aus- und Weiterbildung pro Mitarbeiter und Helfer aufgeschlüsselt nach Geschlecht und nach Mitarbeiterkategorie.	○	38
<b>Gesellschaft</b>			
Managementansatz zur gesellschaftlichen Leistung			16–17, 25
SO9	Geschäftstätigkeiten mit erheblichem Potenzial oder tatsächlichen negativen Auswirkungen auf lokale Gemeinschaften.	●	25
SO10	Umgesetzte Präventions- oder Minderungsmaßnahmen in Geschäftsfeldern mit erheblichem Potenzial oder tatsächlichen negativen Auswirkungen auf lokale Gemeinschaften.	○	25
EO5	Art und Auswirkungen von Initiativen, um einen Anlass ohne soziale Ausgrenzung zu schaffen.	●	18–19
EO6	Arten und Auswirkungen von Initiativen um zugängliche Veranstaltung durchzuführen	●	18–19
<b>Produktverantwortung</b>			
Managementansatz zur Produktverantwortung			13–19
PR1	Etappen während, in denen die Auswirkungen der Veranstaltung auf Wohlbefinden, Gesundheit und Sicherheit beurteilt und auf Verbesserungen geprüft werden	○	17
EO7	Anzahl und Art der Verletzungen, Todesfälle und meldepflichtige Vorfälle der Besucher und anderer relevanten Stakeholdern.	○	15–16
PR5	Praktiken im Zusammenhang mit Kundenzufriedenheit einschliesslich der Ergebnisse von Umfragen zur Kundenzufriedenheit.	●	13
PR6	Programme zur Befolgung von Gesetzen, Standards und freiwilligen Verhaltensregeln in Bezug auf Werbung einschliesslich Anzeigen, Verkaufsförderung und Sponsoring.	●	17
<b>Vermächtnis</b>			
Managementansatz zum Vermächtnis			-
EO11	Anzahl, Art und Auswirkungen der Nachhaltigkeitsinitiativen, die zur Erhöhung von Sensibilisierung, zum Austausch von Erfahrungen und zur Änderung von Verhalten sowie erzielte Ergebnisse	○	8, 25, 27, 31
EO12	Art des Wissenstransfers von Erfahrungen und Best Practices	●	8
EO13	Anzahl, Art und Auswirkungen der physischen und technologischen Vermächtnisse.	●	25, 39

## ÜBER DIESEN BERICHT

Dies ist der erste Nachhaltigkeitsbericht des Beach Volleyball Grand Slam Gstaad. Der Bericht orientiert sich am Leitfaden der Global Reporting Initiative (GRI) G3.1, dem global am weitesten verbreiteten Standard für die Nachhaltigkeitsberichterstattung. Der Bericht berücksichtigt neben dem allgemeinen Leitfaden auch das 2011 erschienene GRI Event Organizers Sector Supplement (EOSS), das spezifisch für die Veranstaltungsbranche entwickelt wurde.

Der Bericht erreicht die Anwendungsebene C der Global Reporting Initiative. Dies wird von BSD Consulting, einer auf Nachhaltigkeit spezialisierten Beratungsagentur, bestätigt. Geplant ist, dass in Zukunft alle drei Jahre ein Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht wird, der über die Nachhaltigkeitsleistung des Beach Volleyball Grand Slam Gstaad im ökologischen, ökonomischen und sozialen Bereich Auskunft gibt. Die Kennzahlen aber werden wir jährlich erheben.

Für Fragen oder Anregungen zum Bericht wenden Sie sich bitte an die Geschäftsstelle Sport Events Gstaad GmbH, Lauenenstrasse 20, 3780 Gstaad, Tel. +41 (0)33 748 04 60, info@beachworldtour.ch

## BERICHTINHALT UND BERICHTSGRENZEN

Für die Identifikation der wesentlichen Themenbereiche für unseren Nachhaltigkeitsbericht erstellten wir zusammen mit BSD Consulting eine Liste der relevanten Anspruchsgruppen. Aufgrund ihrer jeweiligen Relevanz für den Beach Volleyball Grand Slam Gstaad wurden einzelne ausgewählt und anhand eines Interviewleitfadens befragt. Befragt wurden die Gemeinde Saanen, Gstaad Saanenland Tourismus, Sponsoren sowie Helfer. Bedingt durch die kurze Vorbereitungszeit, die uns in diesem Projekt zur Verfügung stand, war eine umfassendere Befragung weiterer, teilweise internationaler Anspruchsgruppen nicht möglich. Bei den Gesprächen mit den Anspruchsgruppen ging es zum einen darum, sie zu informieren, was das Ziel dieses Projektes ist und welche Rolle sie dabei einnehmen. In einem zweiten Teil des Gesprächs wurde ihnen eine Liste mit möglichen, für das Turnier wichtigen Nachhaltigkeitsthemen vorgelegt. Die Vertreter der Anspruchsgruppen wurden gebeten, die Themen auf einer Skala von wichtig bis unwichtig einzustufen. Nach diesem Schritt wurden die Anspruchsgruppen gebeten, die aus Ihrer Sicht für den Event fünf wichtigsten Nachhaltigkeitsthemen zu definieren. Nebst den genannten Anspruchsgruppen haben wir als Veranstalter diese Liste ebenfalls beurteilt. Anhand der Resultate wurden die relevanten Nachhaltigkeitsthemen für die Veranstaltung identifiziert, und es wurde abgeleitet, welche Themen im vorliegenden Bericht angesprochen werden sollen (vgl. Wesentlichkeitsmatrix auf Seite 12).

Der Bericht umfasst den Zeitraum 2. – 8. Juli 2012 und deckt somit die Durchführung der Veranstaltung Beach Volleyball Grand Slam Gstaad 2012 ab. Die Büroräumlichkeiten der Sport Events Gstaad GmbH werden somit in den Indikatoren nicht berücksichtigt. Der vorliegende Bericht umfasst ferner nur die Veranstaltung selbst. Die vor- und nachgelagerten Stufen wurden nicht berücksichtigt.

Der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht wurde in einem Pilotprojekt unter Einbezug unterschiedlicher Akteure konzipiert. Die gesammelten Erfahrungen sollen dazu dienen, einen Leitfaden für Nachhaltigkeitsberichte von Veranstaltern zu entwickeln. Das Resultat des Pilotprojektes ist ein ziemlich umfangreicher Bericht. Wir möchten daher darauf hinweisen, dass ein Nachhaltigkeitsbericht gerade auch bei kleineren Veranstaltern auch weniger umfangreich sein kann und darf!



## ANHANG

### METHODIK ZUSCHAUERBEFRAGUNG

Die im Bericht aufgeführten Resultate stammen aus einer Zuschauerbefragung, die während des Beach Volleyball Grand Slam Gstaad durchgeführt wurde. Das Ziel dieser Umfrage war die Aufbereitung einer adäquaten Datenbasis für den Nachhaltigkeitsbericht in den Bereichen Wirtschaft, Verkehr und Kundenzufriedenheit.

Es wurde ein zweistufiges Befragungsverfahren angewendet, um sowohl eine breite Datenbasis als auch aussagekräftige nachträgliche Daten der ZuschauerInnen bereitzustellen. In einem ersten Schritt wurden während des Events 1465 ZuschauerInnen mit iPads und Strichlisten befragt. 1001 (68%) von diesen Befragten gaben ihre Email-Adressen für eine Zusatzbefragung an. Diese Befragten wurden in einem zweiten Schritt zu einer vertiefenden Onlinebefragung eingeladen, an der im Laufe von drei Wochen 550 Personen teilnahmen (Rücklaufquote 55%).

#### Sprachliche Abgrenzung

Vor Ort wurde eine zufällige Auswahl an Personen für die Befragung ausgewählt. Der zweite Teil der Befragung (vertiefende Onlinebefragung) wurde ausschliesslich den deutschsprachigen ZuschauerInnen zugänglich gemacht.

#### Räumliche Abgrenzung

Es wurde auf eine Befragung in den VIP-Bereichen verzichtet. Als Einheimische gelten in diesem Bericht Bewohner der Gemeinden Gstaad, Saanen, Schönried, Saanenmöser, Feutersoey, Gsteig, Turbach und Laenen.

### METHODIK DIREKTE UND INDIREKTE WIRKUNGEN

Wir haben die durch das Turnier ausgelösten direkten und indirekten Wirkungen durch die Firma Rütter+Partner und das ITW ermittelten lassen. Wichtige Kennzahlen dieser Analyse sind die Bruttowertschöpfung als Beitrag zum Bruttoinlandprodukt (BIP), die Anzahl Beschäftigte und das Steueraufkommen, jeweils für die Region Gstaad Saanenland und die gesamte Schweiz. Die Bruttowertschöpfung errechnet sich aus dem Umsatz abzüglich der von Dritten bezogenen Gütern und Dienstleistungen, den sogenannten Vorleistungen, und spiegelt somit den tatsächlich geschaffenen Wert einer Organisation wider.

Hinweis zu den Beschäftigungseffekten: Die in dieser Studie ausgewiesene Beschäftigung entspricht einem Arbeitsvolumen in Vollzeitäquivalenten (VZÄ). Ein VZÄ entspricht dabei dem Arbeitspensum, welches eine vollzeitlich angestellte Person in einem Jahr durchschnittlich leisten kann. In der Realität führen diese Beschäftigungseffekte jedoch nur teilweise bzw. nur vorübergehend zu zusätzlichen Arbeitsplätzen. Dies liegt insbesondere daran, dass sich ein Teil der wirtschaftlichen Effekte des Turniers auf eine sehr kurze Zeit konzentriert und Unternehmen für manche Aufgaben nur temporär Personal einstellen bzw. versuchen, diese Spitzen mindestens teilweise mit dem vorhandenen Personal zu bewältigen.

### METHODIK UMWELT- AUSWIRKUNGEN

Für den Nachhaltigkeitsbericht des Beach Volleyball Grand Slam Gstaad wurde das Thema Umwelt (EN) gemäss den Richtlinien der Global Reporting Initiative (GRI) G3.1 bearbeitet.

#### Energie

Die Zahlen und Diagramme in diesem Kapitel wurden durch unseren Sponsor und Partner BKW FMB Energie AG erhoben. Als Berechnungsgrundlage der Energiekennzahlen wurden verschiedene Quellen verwendet:

## BERECHNUNGSGRUNDLAGE DER ENERGIEKENNZAHLEN

	Energieinhalt		Primärenergiefaktor		Erneuerbarer Primärenergieanteil		Treibhausgaskoeffizient	
	[GJ/t]	Quelle	[-]	Quelle	[%]	Quelle	[kg/MJ]	Quelle
<b>Benzin</b>	44.80	1)					0.0739	3)
<b>Diesel</b>	43.33	1)					0.0736	3)
<b>CH Strom-Mix</b>			2.97	2)	14.90%	2)	0.0430	2)
<b>Wasserkraft</b>			1.22	2)	97.20%	2)	0.0030	2)
<b>Windkraft</b>			1.33	2)	91.80%	2)	0.0080	2)

1) GRI – Indikatorprotokoll Umwelt (EN), Vers. 3.0

2) SIA Merkblatt 2013 – Energieausweis für Gebäude, Ausgabe 2009

3) BAFU CO<sub>2</sub>-Emissionsfaktoren des schweizerischen Treibhausgasinventars, Stand Oktober 2011

Die Umrechnung von bezahlter Sekundärenergie (Endenergie) erfolgte mittels Primärenergiefaktoren gemäss SIA 2031 (siehe Grundlagen). Am meisten Primärenergie, bezogen auf die effektiv bezogene Sekundärenergie, verursacht der konventionelle Schweizer Strommix.

Für die Umrechnung von Grössen wurden die gängigen physikalischen Umrechnungsfaktoren und für die Berechnung der Verkehrsanteile (EN7, EN17, EN18) sind folgende weiteren zwei Quellen verwendet worden: der Umweltfahrplan SBB – Hintergrundbericht, Version 1.1 vom Oktober 2011 sowie «The Handbook of Emission Factors for Road Transport» (HBEFA)

### Mobilität

Als Berechnungsgrundlagen für die Mobilität (Abbildung 16) wurden folgende Punkte berücksichtigt, welche zum Ergebnis oben geführt haben:

- Beim PKW Energieverbrauch wurde gemäss HBEFA mit einem durchschnittlichen Verbrauch von 8.8 L/100 km gerechnet.
- Der Aktionsradius der An- und Abreisen mit PKW sowie öffentlicher Verkehrsmittel wurde gemäss Umfrageresultate prozentual berücksichtigt.
- Beim Autoverkehr wurde ein Dieselfahrzeuganteil von 32% angenommen (gem. BAFU).
- Im Bereich der SBB Kombitickets wurden die Teile einer Fahrstrecke jeweils in 50% Regio, sowie 50% Fernzüge aufgeteilt. Kilometerannahmen wurden gleich wie bei den PKW getroffen.

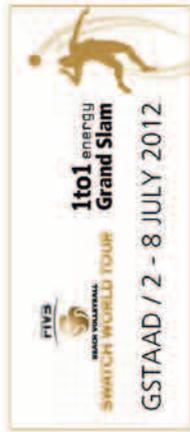
### CO<sub>2</sub>-Emissionen

Die Treibhausgaskoeffizienten für Benzin und Diesel wurden gemäss BAFU für fossile Energieträger eingesetzt. Für die Beurteilung der Emissionen wurden die Koeffizienten gemäss SIA 2031 verwendet.

Die sonstigen nicht oder nur begrenzt beeinflussbaren Emissionen wurden anhand der in EN7 berechneten Energieverbräuche berechnet.



ORTSPLAN GSTAAD



Information und Infrastruktur

- P** Parkplätze
  - P** Parkhäuser, parkings
  - P** Veloparkplatz
  - A** Autofreies Ortszentrum Gstaad Promenade / zona pedestrian zone
  - M** Hauptstrassen / routes principales / main roads
  - T** Tourismusbüro
  - I** Infopoints
  - M** Montreux Oberland Bahn Train MOB Railway MOB
  - K** Kabinen / Gares
  - S** Train Station
  - F** FLYER-Ausgabestelle
- 
- H** Hotels/Restaurant
  - 1** Palace Hotel
  - 2** Grand Hotel Park
  - 3** Hotel Arc-en-ciel
  - 4** Grand Hotel Bellevue
  - 5** Hotel Bernhof
  - 6** Hotel Chersonia
  - 7** Hotel Le Grand Chalet
  - 8** Hotel Alpin
  - 9** Hotel Cabedehof
  - 10** Hotel Odeon
  - 11** Parkhotel Röll
  - 12** Spornicaal Victoria
  - 13** Hotel Bellevue
- 
- G** Gruppenunterkünfte
  - 14** Beau-Vivants
  - 15** Bergplatz Egli
  - 16** Kirchgemeindehaus
  - 17** Ferienlager Egli
- 
- Institute**
  - 18** Internatinal School
  - 19** La Bossy
- 
- R** Restaurant/Tea Rooms
  - 20** Restaurant Chalety
  - 21** Restaurant Kabin
  - 22** Restaurant Apple Pie
  - 23** Tea-rooms Chalety
  - 24** Tea-rooms Cliff Perrot

