

RUNDum mehr erleben



Tourcert-Bericht 2017

www.sattel-hochstuckli.ch



Inhaltsverzeichnis

| | | |
|--------|---|----|
| 1 | Allgemeine Informationen | 3 |
| 2 | Unternehmensportrait | 3 |
| 2.1 | Geschichte | 3 |
| 2.2 | Meilensteine..... | 3 |
| 2.3 | Infrastrukturanlagen..... | 5 |
| 2.4 | Eigentumsverhältnisse | 5 |
| 2.5 | Vision | 5 |
| 2.6 | Markt..... | 5 |
| 3 | Leitbild | 6 |
| 4 | Organisation | 7 |
| 5 | Legal Compliance..... | 7 |
| 6 | Ökonomische Stabilität | 8 |
| 6.1 | Umsatz..... | 8 |
| 6.2 | Vertragsaufteilung Jahr 2016 | 9 |
| 7 | Gästezufriedenheit..... | 10 |
| 8 | Qualitätsbewusstsein und Innovation..... | 10 |
| 9 | Sicherheit..... | 10 |
| 10 | Mitarbeitende | 11 |
| 10.1 | Beschäftigtenstruktur..... | 11 |
| 10.2 | Arbeitsbedingungen | 11 |
| 10.3 | Mitarbeitenden-Zufriedenheit | 12 |
| 11 | Unternehmensökologie und Umweltschutz | 12 |
| 11.1 | Energie..... | 12 |
| 11.1.1 | Strom | 12 |
| 11.1.2 | Diesel | 12 |
| 11.2 | Umweltschonende Anfahrt | 12 |
| 11.3 | Naturschutz und Besucherlenkung | 13 |



1 Allgemeine Informationen

Dieser Bericht wurde im Prozess zur 1. Zertifizierung durch TourCert erstellt. Die Sattel-Hochstuckli AG (nachfolgend SHAG genannt) ist die erste Bergbahn weltweit, die das Nachhaltigkeitslabel TourCert erlangen will. Damit ist die SHAG als Bergbahn ein First Mover und Pilotprojekt zugleich. Die Hochschule Luzern (HSLU/ITW), insbesondere Frau Dr. Anna Amacher Hoppler (Coach TourCert) und Herr Prof. Urs Wagenseil (Leiter Institut für Tourismuswirtschaft HSLU), begleiten die SHAG auf diesem Weg und führen das Pilotprojekt seitens HSLU/ITW. Der Bericht ist Teil der Bestandsaufnahme der SHAG im Bereich «Corporate Social Responsibility (CSR)» und somit Ausgangslage für die weitere Entwicklung der strategischen Ausrichtung der SHAG im CSR Kontext.

2 Unternehmensportrait

2.1 Geschichte

Die SHAG betreibt seit 1950 eine Seilbahn und einen Skilift. In den letzten Jahren konnte die Gesellschaft durch Zukäufe weitere Anlagen erwerben und ist mittlerweile Eigentümerin aller Transport- und Freizeitanlagen im Gebiet Sattel-Hochstuckli. Nach einer wirtschaftlich kritischen Situation vor rund 20 Jahren wird die Region mit einer Vorwärtsstrategie aktiv als Naherholungsgebiet erschlossen und vermarktet.

Im Jahr 2005 wurde mit der ersten Drehgondelbahn der Welt eine sehr innovative Neuerung eingeführt. Ein weiteres Ganzjahresangebot, die Fussgängerhängebrücke „Raiffeisen Skywalk“, wurde erfolgreich umgesetzt. Seit 2011 besitzt und betreibt die SHAG das Berggasthaus Mostelberg, welches sich direkt neben der Bergstation der Drehgondelbahn befindet. Mit weiteren Investitionen konnte die SHAG im Jahr 2015 «Rondos Kinderwelt» dem Winterbetrieb übergeben und im Sommer eine schweizweit einmalige Sommer-Tubingbahn eröffnen.

2.2 Meilensteine

Die SHAG hat eine über 60-jährige Geschichte. Sie erschliesst eines der schönsten Naherholungsgebiete des Talkessels Schwyz und des Zugerlands.

| | |
|------|--|
| 1939 | Beginn der Planung Sesselbahn Sattel-Mostelberg |
| 1950 | Eröffnung der Sesselbahn Sattel-Mostelberg |
| 1993 | Eröffnung der Sommerrodelbahn Stuckli Run |
| 1994 | Die SHAG kauft den Skilift Engelstock |
| 1995 | Erweiterung in der Talstation mit dem Roller Park |
| 1998 | Eröffnung der Hüpfburganlage Stuckli Jump |
| 2003 | Die SHAG kauft den Skilift Bärenfang |
| 2004 | Die SHAG kauft den Roller Park Sattel |
| 2005 | Eröffnung der ersten Drehgondelbahn der Welt Stuckli Rondo |
| 2008 | Eröffnung des Pfad (Naturkräfte und Adernsteine) |
| 2010 | Eröffnung der längsten Fussgängerhängebrücke |
| 2011 | Kauf des Berggasthaus` Mostelberg |



RUNDum mehr erleben



| | |
|------|---|
| 2014 | Eröffnung Zaubertunnel als Gäste-Rückführung vom Winterkinderland zur Bergstation |
| 2015 | Eröffnung Sommer Tubingbahn |



2.3 Infrastrukturanlagen

Heute verfügt die SHAG über folgende Infrastrukturanlagen:

| |
|--|
| Sommer |
| Sommerrodelbahn |
| Spring- und Hüpfburganlage |
| Diverse RUNDwege |
| Sommer-Tubingbahn |
| Winter |
| 5 Skilifte |
| Schlittelweg Mostelberg-Sattel |
| Rondos Kinderland |
| Animierter Rückführungs-Zaubertunnel |
| Ganzjährig |
| Drehgondelbahn Stuckli Rondo |
| Berggasthaus Mostelberg |
| Fussgängerhängebrücke „Raiffeisen Skywalk“ |
| RUNDweg Engelstock |



2.4 Eigentumsverhältnisse

Die SHAG ist eine eingetragene Aktiengesellschaft. Ein starkes Zeichen des Vertrauens ist die Aktionärsstruktur von über 3400 Aktionären/-innen. Das Aktienkapital von CHF 5'420'100 besteht aus 15'486 Namenakten à nominal CHF 350. Das Anlagevermögen der SHAG beläuft sich auf CHF 27 Mio., wobei nach Abschreibungen ein Nettowert von CHF 12.3 Mio. resultiert.

2.5 Vision

Vision:

«Wir machen den Menschen, die zu uns kommen, die bei uns arbeiten und mit denen wir geschäftliche Kontakte pflegen, Freude. Wir sind das innovativste Ausflugsgebiet der Zentralschweiz.»

Kernleistungsversprechen:

„Wir verführen, bewegen, überraschen – jeden Tag“.

2.6 Markt

SHAG positioniert sich als innovatives Ausflugsgebiet in der Zentralschweiz und arbeitet eng mit weiteren touristischen Anbietern der Region zusammen. Im Sommergeschäft fokussiert sich das Angebot hauptsächlich auf Erlebnis und Natur für Familien und Kinder. Im Wintergeschäft ist das Angebot mit der fokussierten Strategie 'one, two, ski' auf Anfänger und Wiedereinsteiger ausgerichtet.

Die Hauptkundensegmente Familien, Firmenkunden und Gruppen sowie Pensionäre/Innen mit Enkelkindern, spricht die SHAG ganz gezielt an. Das Angebot ist auf alle vier Jahreszeiten ausgerichtet und fördert eine aktive Bewegung in der Natur.

Der Winter- und Sommerertrag sind heute fast ausgeglichen (Sommer ca. 55%, Winter ca. 45). Langfristig benötigen beide Bereiche aktive Investitionen.



3 Leitbild

Leitbild Sattel-Hochstuckli AG (aus dem Businessplan 2014-2020)

Vision: Wir sind das innovativste Ausflugsgebiet der Zentralschweiz. Wir bieten aktive Bewegung für die Familien und dies in allen 4 Jahreszeiten.

Mission: Wir machen den Menschen, die zu uns kommen, die bei uns arbeiten und mit denen wir geschäftliche Kontakte pflegen, Freude.

1. Unternehmensziel

Wir sind ein regional führender Erlebnis-Betrieb der Tourismus-Branche und streben eine langfristige und erfolgreiche Existenz an. Wir wollen einen angemessenen Jahresgewinn für das Unternehmen und mittelfristig auch für die Aktionäre erzielen, um so unsere Zukunft zu sichern. Die Aktionäre profitieren zudem von exklusiven Angeboten.

2. Gäste

Unsere Gäste sind die Grundlage unserer Existenz; weil wir Gäste haben, bestehen wir! Wir denken und handeln kundenorientiert.

3. Zielgruppen

Wir sprechen Gäste aus der Innerschweiz, der Grossregion Luzern-Zug-Zürich, dem Ganzen In- und grenznahen Ausland an. Wir verstehen uns vor allem als Ausflugs-, Freizeit- und Feriengebiet für Familien und Senioren sowie für Schulen, Vereine und Gruppen. Im Winter widmen wir uns besonders auch den Schneesportsteigern.

4. Angebotsgestaltung

Wir bieten unseren Gästen ein attraktives, auf die vier Jahreszeiten abgestimmtes, erlebnisorientiertes, sicheres Freizeitprogramm mit Entspannung, Erholung, Unterhaltung und aktiver Betätigung an. Durch Innovationen passen wir unsere Leistungen periodisch neuen Gästebedürfnissen an.

5. Qualität und Preise

Unsere Leistungen weisen einen überdurchschnittlichen Qualitätsstandard auf; Qualität ist nicht teuer, sie ist unbezahlbar! Wir legen marktgerechte Preise fest. Die Tarife sind familienfreundlich.

6. Grundhaltung

Wir sind freundlich und zuvorkommend gegenüber unseren Gästen und im Umgang mit den Arbeitskolleginnen und Arbeitskollegen.

7. Mitarbeiter

Wir bieten Vollzeit- und Teilzeitstellen und rekrutieren das Personal überwiegend lokal und regional. Ausbildung, Mitverantwortung, Eigeninitiative, Flexibilität, Vielseitigkeit, Freundlichkeit, usw. werden bei der Entlohnung angemessen und individuell berücksichtigt. Durch regelmässige Aus- und Weiterbildungen erhalten und steigern wir die Leistungsfähigkeit und Qualität.

8. Landschaftsschutz

Die Landschaft ist unser Kapital. Wir berücksichtigen in unserem Denken und Handeln die Anliegen des Natur- und Landschaftsschutzes.

9. Zusammenarbeit

Wir messen der engen Zusammenarbeit mit der einheimischen Bevölkerung, der Land- und Alpwirtschaft, den Tourismus- Trägerschaften und den Behörden auf allen Stufen besondere Bedeutung zu. Wir sind offen für konstruktive Partnerschaften mit anderen lokalen, regionalen und nationalen Tourismus-Unternehmen und mit Unternehmen des öffentlichen Verkehrs.

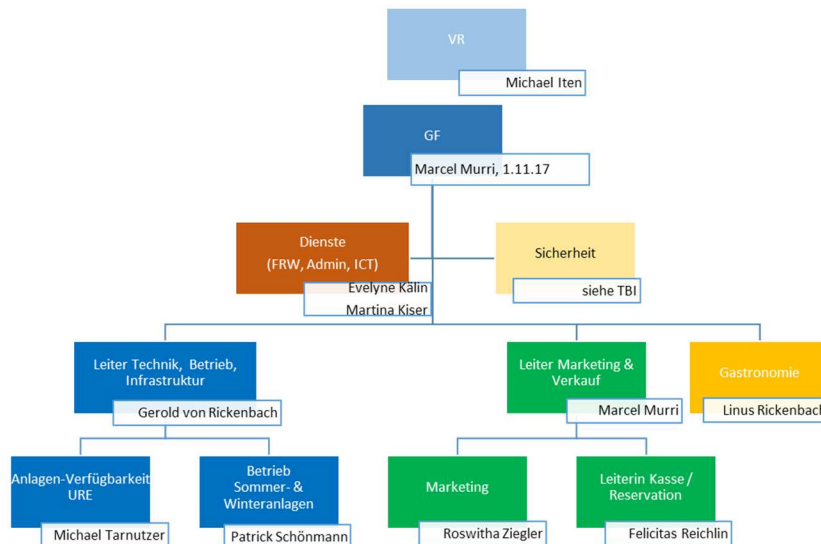
10. Beschaffungen

Wir streben eine faire Zusammenarbeit mit leistungsfähigen Lieferanten aus Industrie, Gewerbe und dem Dienstleistungssektor an. Nach Möglichkeit bevorzugen wir lokale und regionale Anbieter.



4 Organisation

Ab 1.11.2017



Geschäftsleitung

- GF: Marcel Murri
- Leiter TBI: Gerold von Rickenbach
- Del. VR: Anton von Rickenbach
- Finanzen: Patricia Lustenberger
- Leiter HoGa: Linus Rickenbach (erweitert)

5 Legal Compliance

Die SHAG wird vom Bundesamt für Verkehr (BAV) und dem Interkantonale Konkordat für Seilbahnen und Skilifte (IKSS) regelmässig geprüft und auditiert. Die Betriebsführung führt tägliche, wöchentliche und monatliche Datenkontrollen durch. Alle Daten werden dokumentiert. Dadurch kann sichergestellt werden, dass alle vorgeschriebenen Messgrössen, die im Seilbahngesetz, der Seilbahnverordnung und sonstigen rechtlichen Grundlagen festgeschrieben sind, eingehalten werden. Die einschlägigen Bestimmungen des Obligationenrechts (OR) und des Zivilgesetzbuches (ZGB) sowie alle weiteren relevanten gesetzlichen Bestimmungen flossen entsprechend in die Organisations-, Personal- und Betriebsreglemente ein. Der Verwaltungsratspräsident ist Jurist und achtet auf eine getreue und gesetzeskonforme Unternehmensführung. Interne und externe Kontrollmechanismen gewähren die getreue Geschäftsführung.



6 Ökonomische Stabilität

6.1 Umsatz

Das Geschäftsjahr der SHAG beginnt am 1. April und endet am 31. März des Folgejahres. Die angefügte Tabelle zeigt tabellarisch die Umsatzentwicklung und die Zusammensetzung des Ertrages ab Geschäftsjahr 2013/14 bis 2015/2016.

| | 2016/2017 | 2015/2016 | 2014/2015 | 2013/2014 |
|--|-----------|------------|-----------|-----------|
| Anteil A: Verkehrsertrag Winter | | 1.265.702 | 1.578.819 | 1.713.629 |
| Anteil B: Verkehrsertrag Sommer | | 1.226.913 | 1.303.879 | 1.104.886 |
| Anteil C: Ertrag aus Erlebnisangeboten | | 655.464 | 601.510 | 567.674 |
| Anteil D: Gastronomieertrag | | - | 1.165.619 | 1.175.102 |
| Anteil E: übriger Ertrag (Schulbus, Sponsoring, übriger Ertrag) | | 660.166 | 527.615 | 354.690 |
| Gesamtumsatz | - | 3.808.245 | 5.177.442 | 4.915.981 |
| Gesamtumsatz des Vorjahres | 3.808.245 | 5.177.442 | 4.915.981 | 5.289.664 |
| Gesamtumsatz des Vor-Vorjahres | 5.177.442 | 4.915.981 | 5.289.664 | 5.582.503 |
| Umsatz pro Mitarbeiter | | 108.807 | | |
| Umsatzrendite | | -57,7% | 0,6% | 0,0% |
| Cash-Flow Umsatzrendite | | -1,4% | 2,2% | -0,5% |
| Cash-Flow zu GK | | -0,4% | 0,7% | -0,2% |
| EK zu GK | | 26% | 36% | 43% |
| Gewinn / Verlust (Gesamtertrag) | | -2.196.767 | 30.969 | 1.541 |
| EBITDA | | 513.967 | 1.083.686 | 888.138 |

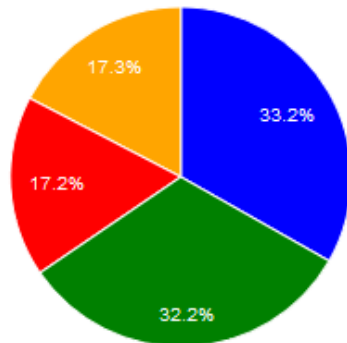
Bemerkung: Im Geschäftsjahr 2015/16 war das Berggasthaus Mostelberg verpachtet. Die Pachterträge sind daher im übrigen Betriebsertrag eingerechnet. In der Zwischenzeit führt die SHAG das Restaurant wieder in eigener Regie. Somit werden sich die Gastronomieerträge künftig auf dem Niveau von 2014/15 und 2013/14 bewegen.

Aufgrund des neuen Rechnungslegungsgesetzes NRLG 2015 ist im Betrachtungsjahr 2016 eine einmalige Sonderabschreibung von ca. Fr. 2 Mio. auf den Winteranlagen der SHAG nötig gewesen. Da die Eigenkapitalquote die Sonderabschreibung zulies, hat sich die Führung der SHAG entschlossen, die Sonderabschreibung zu Lasten des Eigenkapitals zu verbuchen. Das Verhältnis EK / FK hat sich somit auf 26% gesenkt und aufgrund der Einmalabschreibung resultiert eine negative Umsatzrendite.



6.2 Vertragsaufteilung Jahr 2016

Aufteilung der Umsätze



Erklärung:

- Anteil A: Verkehrsertrag Winter
- Anteil B: Verkehrsertrag Sommer
- Anteil C: Ertrag aus Erlebnisangeboten
- Anteil D: Gastronomieertrag (nur im Jahr 14/15)
- Anteil E: übriger Ertrag (Schulbus Sponsoring) im Jahr 2016
- Anteil E: übriger Ertrag (Schulbus, Sponsoring) Im Jahr 14/15

| | Einheit | 2016 |
|--------------------------------|---------|--------------|
| Gesamtumsatz des Vorjahres | CHF | 5.177.442,00 |
| Gesamtumsatz des Vor-Vorjahres | CHF | 4.915.981,00 |
| Umsatz pro Mitarbeitende | CHF | 108'807,00 |
| Umsatz pro Ersteintritt | CHF | 22,21 |
| EBITDA | CHF | 513.967,00 |
| Cash-Flow-Umsatzrate | % | -1,40 |
| Cash-Flow zu Gesamtkapital | % | -0,40 |
| Eigenkapital zu Gesamtkapital | % | 26,00 |



7 Gästezufriedenheit

Im Jahr 2010 eruierte Sandra Schuler Studentin der HTW Chur eine „Analysis of Customer Satisfaction“ für die SHAG. Bei der Auswertung dieser Analyse kam heraus, dass 94% der Gäste die SHAG weiterempfehlen würden. Rund 86 % der Gäste sind zufrieden bis sehr zufrieden mit ihrem Besuch bei der SHAG. Detailliertere Ergebnisse sind in der Präsentation ersichtlich.

Zusätzlich ist im Rahmen vom TourCert-Zertifizierungsprozess ein Kundenfeedback-Prozess erstellt worden.

8 Qualitätsbewusstsein und Innovation

Die SHAG hat das Qualitätsgütesiegel Q1 des Schweizer Tourismus. Entsprechende sinnvolle Serviceketten für den Kontakt der Gäste mit dem Unternehmen sind darin definiert. Jährlich zu überprüfende Aktionspläne (Monitoring durch Schweizer Tourismusverband) gewährleisten einen stetigen Qualitätsstandard. Die Mitarbeitenden werden zwei Mal im Jahr gezielt in ihren Arbeitsbereichen geschult und das Thema Qualitätssicherung wird regelmässig behandelt.

Im operativen Bereich entstehen neue Innovationen anlässlich der Sommer- und Winterarena Review-Meetings mit der Geschäftsleitung und allen Abteilungsleitern. Dabei entstehen neue Produkte oder neue Vermarktungsstrategien, die im Idealfall Alleinstellungsmerkmale im Vergleich zu Mitbewerbern aufweisen.

Strategische Innovationen werden vom Verwaltungsrat in regelmässigen Klausuren im Rahmen des Strategieprozesses erarbeitet.

Sicherheit

Sicherheit und Funktionsfähigkeit der Anlagen:

Sämtliche Anlagen der SHAG werden nach den gesetzlichen Vorschriften des BAV (Bundesamt für Verkehr) und dem IKSS (Interkantonales Konkordat für Seilbahnen und Skilifte) betrieben und die Instandhaltung entsprechend ausgeführt. Die Umsetzung der Vorgaben (Gesetze, Verordnungen, Richtlinien) werden durch diese Kontrollorgane regelmässig überprüft.

Für den sicheren Betrieb sorgen weiter die ausgebildeten Mitarbeitenden des Pisten- & Rettungsdienstes (PRD). Das Bergungskonzept (Bergungsplan) mit den regelmässigen, mind. jährlich stattfindenden Bergungsübungen und dem ausgebildeten Personal sorgen im Notfall (z.B. Betriebsausfall) für die Bergung der Gäste auf der Gondelbahn. Nebst einer jährlichen Schulung für den Betrieb der Sommer- & Winterarena, ergänzen das Brandschutzkonzept sowie das Notfallkonzept die vorerwähnten Massnahmen für einen sicheren und funktionsfähigen Betrieb.



10 Mitarbeitende

10.1 Beschäftigtenstruktur

Gemäss Untersuchungen innerhalb der Seilbahnbranche hat die SHAG eine branchenübliche Lohnbandpolitik (Benchmark wurde mit unterschiedlichen Regionen gemacht).

| | |
|-------------------------------------|---------------------------------|
| Anzahl Mitarbeitende | 63 |
| Anzahl Frauen | 22 |
| Anteil Frauen | 34.9% |
| | |
| Anzahl Führungspositionen | 7 |
| Anzahl Frauen in Führungspositionen | 1 |
| Anteil Frauen in Führungspositionen | 14.29 % |
| Beschäftigte Vollzeit | 14 (in Vollzeitäquivalenten) |
| Beschäftigte Teilzeit | 14.85 (in Vollzeitäquivalenten) |
| Beschäftigte Gesamt | 28.85(in Vollzeitäquivalenten) |

| | Einheit | 2016 |
|-------------------------------------|---------|-------|
| Beschäftigte Vollzeit | Anz | 14,00 |
| Beschäftigte Teilzeit | Anz | 14,85 |
| Beschäftigte Gesamt | Anz | 28,85 |
| Auszubildende | Anz | 0,00 |
| Menschen mit Behinderung | Anz | 0,00 |
| Anteil Frauen in Führungspositionen | % | 14,29 |

10.2 Arbeitsbedingungen

Die SHAG orientiert sich an den Branchenstandards des Verbandes Seilbahnen Verbands Schweiz (SBS). Ein durchgeführter Benchmark mit Mitbewerbern in der Zentralschweiz hat aufgezeigt, dass diese bezüglich Lohnbandpolitik ähnlich unterwegs sind. Eine Vier-Jahreszeiten Strategie geht einher mit einem beträchtlichen Personalkostenblock (ca. 47 - 50% des Gesamtertrages). Das heisst es ist unabdingbar permanent eine Korrelation der Lohnaufwände zum Umsatz zu haben. Eine Firma ist nur dann nachhaltig, wenn es sie morgen noch gibt.

Innerhalb der SHAG gibt es einen Personalverein, wobei die Mitarbeitenden zum grössten Teil Mitglieder sind. Nebst einer kooperativen Zusammenarbeit zwischen Management und



Vereinsführung ist ein aktiver Kommunikations- und Informationsfluss zur Geschäftsführung und umgekehrt seit Jahren vorhanden.

Aus- und Weiterbildungen sind der Führung der SHAG ein zentrales Anliegen. Die entsprechenden Bedürfnisse und Entscheidungen werden jeweils mit den Mitarbeitenden im Rahmen der jährlichen Qualifikationsgespräche angeschaut, erörtert und entsprechende Massnahmen beschlossen. Dabei werden sowohl „on the job“ als auch „off the job“ - Optionen geprüft und entsprechende Investitionen ins Humankapital der SHAG Mitarbeitenden festgelegt.

10.3 Mitarbeitenden-Zufriedenheit

Das E-Mail zur Mitarbeiterbefragung wurde am 02. Dezember 2016 an alle Mitarbeitenden gesendet. Im E-Mail wurden die Mitarbeitenden aufgefordert bis am 12. Dezember an der Umfrage teilzunehmen. Bis zum 12. Dezember haben 29 Personen an der Umfrage teilgenommen. Anschliessend wurde eine Erinnerung versendet. Schlussendlich haben bis zum 16. Dezember 2016 rund 48 Personen an der Umfrage teilgenommen. Dies entspricht einem Anteil von rund 76.2 %.

Der MA-Zufriedenheits-Index ist ein TourCert-Kernindikator und befindet sich mit 72 % im durchschnittlichen Bereich.

11 Unternehmensökologie und Umweltschutz

11.1 Energie

Die SHAG braucht je nach Anzahl Betriebstagen (310 - 325 Betriebstage pro Jahr) unterschiedliche Mengen Energie. Über manuelle Geschwindigkeitsanpassungen (Verlangsamungen) bei geringerem Gästeaufkommen spart die SHAG entsprechend Strom und Energie ein. Zudem bleiben Anlagen bei schlechtem Wetter geschlossen, was zu weiteren Einsparungen führt. (Diverse Verbesserungsideen sind in die TourCert Massnahmenkataloge nach dem Eco Mapping eingeflossen.)

11.1.1 Strom

Die SHAG bezieht 100 % Ökostrom vom Stromanbieter ebs. Der grösste Anteil an Strom verbrauchen die Seilbahn und die Beschneigung im Jahr 2016.

11.1.2 Diesel

Alle Pistenfahrzeuge fahren seit Herbst 2016 zu 95 % mit Ökodiesel.

11.2 Umweltschonende Anfahrt

Marketingkooperationen mit RailAway (SBB), Auto AG Schwyz, Zugerland Verkehrsbetriebe und Südost Bahn AG (SOB) haben zum Ziel den ÖV-Gast zu fördern und zu motivieren mit öffentlichen Verkehrsmitteln anzureisen. Die SHAG arbeitet seit vielen Jahren mit diesen Unternehmen und Organisationen zusammen. Als Familiengebiet ist 'Convenience' für die Haupt-Zielgruppe ein wichtiger Faktor. Oftmals ist es jedoch noch bequemer mit dem Auto anzureisen, da die Materiallogistik der öffentlichen Verkehrsmittel nicht mit den Optionen des PW mithalten kann.



11.3 Naturschutz und Besucherlenkung

Das intakte Naturerlebnis ist von ganz wesentlicher Bedeutung für die Gäste der SHAG. Die Wanderwege sind markiert, beschildert und werden von der SHAG und der Gemeinde entsprechend unterhalten. Die Wege sind stets in der Zusammenarbeit mit Behörden und Umweltverbänden entstanden, sodass der natürliche Lebensraum und die sensiblen Zonen nicht tangiert werden. Tourismus und Landschaftsschutz arbeiten im Gebiet Sattel-Hochstuckli sehr gut miteinander zusammen und befruchten sich gegenseitig.