



Amadé Perrig (rechts) ist ein gern gesehener Gast in amerikanischen Rundfunkstationen.

Yes, he can!

WIE DER EHEMALIGE KURDIREKTOR AMADÉ PERRIG DIE AMERIKANER ANS MATTERHORN BRINGT

ZI Da liegt es: Das Land der unbegrenzten Möglichkeiten. 238 Mal passt die Schweiz von der Fläche her gesehen in die Vereinigten Staaten von Amerika hinein – dem Land mit den meisten Milliardären. Mit über 14 Billionen Dollar sind die USA immer noch mit Abstand die grösste Volkswirtschaft der Welt. 300 Millionen Einwohner. Der helle Wahnsinn: lauter potenzielle Gäste! Doch wie können wir sie erreichen?

Die meisten von ihnen wohnen in 50 Metropolregionen mit über einer Million Einwohnern. In sieben amerikanischen Städten leben zwischen vier und 18 Millionen Menschen. Auf welchem Marktplatz sollen wir uns stellen

und in die grenzenlose Welt hinausrufen, um unser Produkt anzupreisen?

Am amerikanischen Tourismus-Himmel ist ein Donnern und Rauschen zu vernehmen. Weit mehr als 70 000 Travel Agents blicken aus ihren Home Offices aus dem Fenster. Ja, er ist wieder da: Vier Zeitzonen hat er in wenigen Stunden durchquert, hat 4500 km Ost-West- und 2500 km Nord-Süd-Erstreckung in kürzester Zeit bewältigt. Sein silbergraues Haar glänzt in der Sonne. Sein Lächeln ist umwerfend. Jodelnd setzt er seinen blank geputzten Schuh auf amerikanischen Boden. Auf seiner Brust leuchtet das Logo der Destination Zermatt – Matterhorn.

Es wird Zeit, ein Geheimnis zu lüften. Super-

man ist ein Schweizer – ein Zermatter. Vergessen Sie Clark Kent: Hier kommt Amadé Perrig.

Marktkenner mit Charme

Gestählt durch die Erfahrungen in einem Dorf, in dem jeder jeden kennt, wäre er, so Perrig, fähig, auf dem New Yorker Times Square eine Rede vor Tausenden von Amerikanern zu halten. Seit Jahrzehnten, und in den drei vergangenen Jahren intensiv, verkauft er diesen unsere Destination. Und er weiss, wie man es macht, denn es gibt wohl keinen, der das Produkt und den amerikanischen Markt so gut kennt wie Amadé Perrig. Ob er überhaupt schläft, ist nicht bekannt. Er gehört zu der Generation, die niemals Urlaub macht. Der Mann und sein Produkt sind eins. Er weiss genau, wann er wo zu sein hat. Perrig besucht alle wichtigen Reise-Messen und einmal im Monat einen Sales Call. Er ist dann eine Woche lang unterwegs, besucht Tour Operator, macht Präsentationen und ist gern gesehener Gast in Rundfunk- und Fernsehstudios. So erfährt auch die amerikanische Öffentlichkeit ein Dutzend Mal im Jahr von Zermatt und dem Matterhorn.

Wertvolle Kontakte

Perrig kennt die amerikanische Reisebranche, Bedürfnisse und Umgangsformen der Überseeischen aus dem Effeff – schliesslich ist er seit den 1970er-Jahren mit einer Amerikanerin verheiratet und verbringt jährlich fünf Monate auf der anderen Seite des grossen Teichs, wovon er über zwei Monate auf Reisen ist – für die Destination und den Glacier Express.

«Kein Markt ist so schwierig zu bearbeiten wie der amerikanische», erklärt Perrig. Die Aufsplitterung und die geografischen Bedingungen stellen die Herausforderung dar. «Das A und O ist meine Datenbank.» In ihr erfasst und pflegt der Ex-Kurdirektor tausende Adressen und Informationen über die Partner. Da er alle Messebesuche bestens vorbereitet, weiss er genau, wen er dort antreffen und was er diesem Partner verkaufen wird. «Ich habe nur acht bis zehn Minuten Zeit, um mein Gegenüber zu begeistern.» So eine Messe dauert drei bis vier Tage. Unter 100

Kontakten geht Perrig nicht nach Hause, unzählige Small Talks nicht eingerechnet. Diese Gespräche sind für ihn wie der Zaubertrank für Asterix: Sie machen ihn unwahrscheinlich vital. 27 Tour Operator im Sommer und 15 Reisevermittler sowie Skiclubs im Winter hat der leidenschaftliche Verkäufer Perrig in den vergangenen Jahren nach Zermatt gebracht.

Bizarre Alpenwelt begeistert Amerikaner

Die Stärken der Destination lägen in Bezug auf den amerikanischen Markt in der Kombination aus Hotellerie, Sport und Kultur, Gastronomie, Geschichte und Atmosphäre. Speziell für die Landschaft, das Panorama sind die Amerikaner zu begeistern, denn ihre Gebirge sind viel älter und von daher abgetragen, hügeliger – nicht so bizarr wie die Alpenwelt rund um Zermatt. Auch Wandern sei ein für den Amerikaner attraktives Produkt, da es Wegenetze in den USA nicht geben würde, so Perrig. Und der Sommer sei prädestiniert wegen der Rundreisen, und wenn der Amerikaner Skifahren kommt, dann nach Zermatt, denn das hiesige Skigebiet begeistere wegen der Internationalität Schweiz-Italien, der Grösse und der Höhenmeter – doppelt so viel, wie die amerikanischen Skigebiete aufzuweisen hätten. 60 Millionen Babyboomer, die wohlhabende Nachkriegsgeneration, steckten in den Startlöchern, Europa, den Kontinent ihres Ursprungs, zu entdecken.

Zum Konzept des Hauses passen

Von den Zermatter Hoteliers wünscht sich Perrig Folgendes: Dass sie mit ihm Kontakt aufnehmen, wenn sie sich überlegt haben, ob der amerikanische Gast zum Konzept des Hauses passt. «Was viele nicht wissen», erläutert Perrig, «der amerikanische Reisevermittler bringt nicht nur Gruppen, sondern vor allem den Individualgast.» Und noch etwas liegt Perrig, dem ehemaligen Kurdirektor, am Herzen: «Beachten Sie die Rundmails von Zermatt Tourismus, denn dort erfahren Sie als Erstes, wenn ein Tour Operator seine Zusammenarbeit anbietet.»

Gerne erwartet Amadé Perrig Ihren Anruf unter 027 927 71 62 oder 079 416 24 73. Mail: amade.perrig@zermatt.ch.