

Cooler Gitarren-Riffs auf griffigem Schnee

ZERMATT UNPLUGGED MIT ATTRAKTIVEM PROGRAMM

EG ZT Zermatt Unplugged, das einzige ausschliesslich mit akustischen Instrumenten aufgeführte Festival in Europa, präsentiert in seiner dritten Auflage vom 13. bis 17. April 2010 ein vielfältiges, spannendes Programm mit rund 20 Bands auf sieben Bühnen, darunter als neue Locations das Hotel Alex und das CERVO Hotel & Restaurant.

Die Palette der Acts umfasst ambitionierte Newcomer und herausragende Instrumentalisten ebenso wie gestandene Künstler. Der rote Teppich wird ausgerollt für Motown-Legende, Oscar- und 4-facher Grammy-Gewinner Lionel Richie, Pop-Ikone Billy Idol, den amerikanischen Songwriter Jason Mraz, Chartbreaker Milow, Tapping-Virtuose Newton Faulkner und James Walsh, Frontman von Starsailor. Aus der Schweiz rocken der Chansonnier und Zürcher Kunstpreisträger Stephan Eicher, Dada Ante Portas und Seven das Matterhorndorf zum Wintersaisonschluss. Weiterer Ausnahmekünstler ist der stilbildende Gitarrist und Grammy-Preisträger Steve Stevens, langjähriger Partner von Billy Idol, der unter anderem mit Michael Jackson und Robert Palmer zusammengearbeitet hat.

Genussvoller Ausnahmezustand

Eine knappe Woche genussvoll-musikalischer Ausnahmezustand am Ende der Wintersaison, wo die Sonne schon hoch steht, die Pisten nach Ostern leerer sind und griffiger Zermatter Schnee die Kenner unter den Ski- und Snowboard-Fans ins Schwärmen bringt – das ist ein guter Grund, Stammgäste und Neukunden anzusprechen und auf die Festivalzeit hinzuweisen: durch einen Gäste-Newsletter oder persönlich. Übrigens: Die Auswahl der Künstler spricht Menschen sämtlicher Nationalitäten, insbesondere der europäischen Nahmärkte, an. Es besteht das Potenzial, 10 000 Tickets zu verkaufen, und zwar nicht nur an Einheimische und Oberwalliser, sondern auch

neue Gäste nach Zermatt zu bringen oder Gäste, die bereits um Mitte April im Matterhorndorf sind, über Zermatt Unplugged zu informieren und ihnen einen verlängerten Aufenthalt schmackhaft zu machen.

Grosser Werbeeffekt

Das eingesetzte Werbeetat des Festivals entspricht einem Mediawert von 1,4 Millionen Franken. Daran beteiligte sich Zermatt Tourismus mit einem Betrag von 300 000 Franken und die Einwohnergemeinde Zermatt mit 60 000 Franken. Presenting Partner ist die «SonntagsZeitung», deren Redakteure offenbar Zermatt-Fans sind – siehe die Wahl Zermatts als beste Winterdestination der Alpen. Die «SonntagsZeitung» schaltet

neben Leserangeboten diverse Anzeigen und das Programmheft wird beigelegt, in einer Auflage von 230 000. Mediapartner sind das Schweizer Fernsehen, das wieder ein Music-Night-Special bringt, sowie Schweizer Radio DRS, das redaktionell begleitet und laufend Programmhinweise sendet.

Was können Sie tun?

Informieren Sie Ihre Gäste über Zermatt Unplugged. Texte und Fotos zu den Künstlern und zum Festival sind in der Presscorner www.zermatt-unplugged.ch herunterzuladen oder auf Wunsch schickt Ihnen das Pressebüro von Zermatt Unplugged gerne Material zu. Kontakt: presse@zermatt-unplugged.ch



«All Night long» wird Lionel Richie die Zuhörer am Zermatt Unplugged bezaubern.