

4. Zermatt Unplugged

MIT DEN FINGERN IN DER STECKDOSE:
ODER WAS ES BRAUCHT, EIN STROMLOSES FESTIVAL ZU ORGANISIEREN



Die schwedische Band Mando Diao bringt den Rock 'n' Roll nach Zermatt.

ZI Vom 12. bis zum 16. April 2011 jährt sich zum vierten Mal das Zermatt Unplugged. Mit einer herausragenden Programmation, interessanten Neuerungen und einer hervorragend aufgestellten Organisation ist das Festival in die nächste Ausgabe gestartet und erfreut sich grossen Zuspruchs im Dorf. In der Schweizer Festivallandschaft ist Zermatt Unplugged angekommen und wird auch international stark wahrgenommen. Was hat sich verbessert? Wo liegen die Herausforderungen? Und wer spielt in diesem Jahr?

Es gibt wohl kaum einen besseren Gratmesser für die Akzeptanz eines Festivals, als die Zahl der ehrenamtlichen Helfer. 2010 wirkten insgesamt 80 Volontäre am Zermatt Unplugged mit. Für 2011 haben sich bereits 40 Personen angemeldet, davon ein grosser Teil aus der Deutschschweiz und sogar aus St. Petersburg (Russland). Manche Arbeitsbereiche sind schon abgedeckt.

Helfer-Apéro, Verpflegungskonzept, Helfer-Tag, Einbezug von Lehrlingen und vor allem: ein Verantwortlicher, der ausschliesslich für die Organisation zuständig ist. Er heisst Eric Kalbermatten. Sein Ziel ist es, möglichst viele freiwillige Helfer aus Zermatt, Täsch und Randa einzubeziehen. Eric: «Wir möchten den Einheimischen die Möglichkeit bieten, an einem so grossen internationalen Event dabei zu sein. Uns fehlen immer noch starke Männer für den Auf- und Abbau, aber auch Freiwillige für den Vorverkauf, die Abendkasse, Allrounder. Im vergangenen Jahr war sogar ein Mitarbeiter

aus dem Gästecenter von Zermatt Tourismus dabei und hat sich extra Urlaub genommen, um Zermatt Unplugged als Volontär beim Zeltaufbau zu unterstützen. Toll!»

Erfolgsstory

Doch nicht nur grosse ideelle Unterstützung erhält das Festival von Zermatt Tourismus: Der wichtigste Zermatter Verein sponsert zum zweiten Mal CHF 300000.– und nutzt die positive Strahlkraft des Festivals für die Winterkommunikation, mit Schwerpunkt auf den Frühling. In der Internet-Kommunikation erhält das Festival die prominentesten Plätze und aktiv geben die Mitarbeiter des Gästecenters Informationen an die Gäste weiter. Gezielt angesprochen werden Journalisten, die für Lifestyle-Magazine schreiben bzw. werden alle Medienvertreter mit hedonistischem Interesse (Genuss, Erlebnis, Nightlife) mit dem Thema Zermatt Unplugged abgeholt – ein Thema, auf das sich das Marketing von Zermatt Tourismus stark fokussiert. Das spürt auch die Hotellerie und Gastronomie-Welt Zermatts und macht mit: Die Zahl der Official Festival Hotels ist von 14 auf 16 gestiegen wie auch, mit einem leichten Zuwachs, die Hotelpartner von 16 auf 17. Konstant bleiben die Restaurantpartner und die Foodstände des Foyerszels. Diese Location neben der Hauptbühne ist eine Erfolgsstory. Sie wartet in diesem Jahr mit einer neuen, noch attraktiveren Raumaufteilung auf und ist eines der vielen attraktiven Themen für Journalisten, deren Betreuung, Unterbringung und Koordination auch teilweise von

Zermatt Tourismus mitübernommen wird. In diesem Jahr wird mit mindestens 90 Medienvertretern gerechnet.

New Talent Stages

Shootingstar der Neuerungen sind die kleinen Nebenbühnen, wo interessante Locations hinzugekommen sind: das «Pink» im Hotel Post, Elsie's Bar und die «Blue Lounge» auf Blauerherd: ein erster Schritt ins Skigebiet. Insgesamt sind es sechs kleine Bühnen von acht Bühnen insgesamt, die neu als NEW TALENT STAGES bezeichnet sind zur Förderung von Talenten im Bereich der akustischen Musik, mit Schwerpunkt Schweiz.

Auch der Medienpartner «SonntagsZeitung» leistet Aussergewöhnliches, um Zermatt Unplugged zu promoten: So wird erstmals in der Geschichte des Hauses ein 14-seitiger Sonderbund erscheinen mit acht Seiten redaktionellem Teil über das Festival. Dieser erscheint am 6. März.

Wie warme Semmeln...

Im Bereich Finanzen und Sponsoring wird auf allen Ebenen hart gearbeitet. Der Vorverkauf konnte bereits Anfang Dezember lanciert werden, zwei Monate früher als 2010, sodass Zermatt Unplugged auf einen erfreulich laufenden Ticketverkauf schauen kann. Die Plätze in der ersten Kategorie gehen weg wie warme Semmeln und nähern sich bei manchen Konzerten dem Ausverkauf. Co-Partner Parmigiani konnte 2011 als Main-Sponsor gewonnen werden. Das Kosten-Bewusstsein ist hoch, um die Finanzen gegen eine schwarze Null zu treiben.

Highlight des diesjährigen Festivals ist die Zusammenarbeit mit dem Montreux Jazz Festival, das eine Dependence im «Snowboat» haben wird und auch ihre Pressekonferenz zur Programmveröffentlichung in Zermatt abhält. Das ist eine grosse Chance für Zermatt Unplugged, die Journalisten abzuholen, die unser Festival noch nicht kennen.

Freiwillige Helfer: Wir brauchen euch!

Anmeldung:

eric.kalbermatten@zermatt-unplugged.ch
Gerne auch über das Helferformular auf unserer Homepage.

Klassiker, Legenden und das Songwriting der Gegenwart

Die vierte Ausgabe des Zermatt Unplugged wird mit einem erstklassigen Line-up über die Bühne gehen, für die Hauptbühne: Roger Hodgson (ehemals Supertramp), OneRepublic, Seal, David Gray, Mando Diao! Die schwedische Band bringt definitiv den Rock 'n' Roll nach Zermatt. Spannend, da sie gerade mit einem Auftritt bei MTV Unplugged für Furore gesorgt haben und jüngst ein Unplugged-Album veröffentlichten.

Das Vernissage präsentiert sich mit einem Mix von Künstlern aus der Schweiz, Grossbritannien und Übersee: Marc Sway, Sina, Naturally 7, Duncan Townsend (oft verglichen mit dem jungen Bob Dylan) sowie der Berliner Roots-Reggae-Musiker Martin Jondo.

Tickets und Informationen:

www.zermatt-unplugged.ch