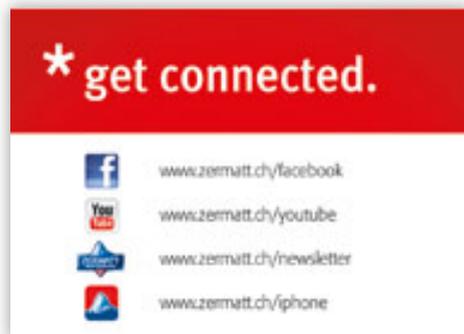


# Orientierung für den Gast

ONLINE-PLATTFORMEN BIETEN DIE GEWÜNSCHTEN INFORMATIONEN

**ZT** Wie können sich die Gäste über Zermatt informieren? Über das Wetter, über Bahnen und Pisten, Restaurants? Mit den Informationskanälen von Zermatt Tourismus, die über die Internetplattform «get connected» portiert werden. Das heisst soviel wie «bleib verbunden». Zum Beispiel übers Internet oder via iPhone.

«In der global vernetzten Welt ist es absolut zentral, dass der Informations-Zugriff immer und überall gewährleistet ist», sagt Marketingleiter Marc Scheurer von Zermatt Tourismus. Darum analysiert und beobachtet die Marketingabteilung von Zermatt Tourismus laufend, was sich im Onlinebereich tut. Über die unterschiedlichen Plattformen von Zermatt Tourismus bekommen potenzielle Gäste alles schnell zu wissen, und dank «get connected» können sie in Sekundenschnelle über verschiedene Onlinekanäle auf die Informationen zugreifen. So bleiben die Gäste mit der Destination immer in Verbindung – von zu Hause aus, irgendwo auf der Welt.



<b>Get connected:</b>	zermatt.ch/twitter
zermatt.ch/facebook	zermatt.ch/newsletter
zermatt.ch/youtube	zermatt.ch/iphone

## «get connected»

Über eine einzige Adresse steigt man auf der Webseite von zermatt.ch in alle anderen Kanäle ein: Facebook, das Videoportal Youtube, Twitter, Newsletter und für die iPhone-Applikation. Zum Beispiel iPhone-App: Piktogramme erklären, was die App bringt: News, Wetter, Webcams, Bahnen und Pisten, Restaurants, Veranstaltungen und Aktivitäten.

Die iPhone-Applikation ist Mitte Dezember 2010 erstmals ins Netz gestellt worden. Sie bietet Infos in Deutsch, Englisch, Französisch und Italienisch. Bis jetzt wurde sie über 20 000 Mal heruntergeladen. Demnächst steht ein Update zur Verfügung.

## Social Media auf dem Vormarsch

Der Onlinebereich ist die gute Plattform, um mit neuen Gästen in Kontakt zu treten. Deshalb benutzt Zermatt Tourismus seit Juni 2009 auch Facebook. Die Fanzahl von «Zermatt Matterhorn» konnte innerhalb von sechs Monaten von ca. 3800 Fans auf 7500 gesteigert werden (Stand Anfang Dezember 2011). Die Zermatter Facebook-Seite wendet sich an ein breites, online-affines Publikum, das auch von über 40-Jährigen stark genutzt wird. Es wird ein spontaner Sprachmix mit kollegialem Umgang gepflegt – in Deutsch, Englisch, Französisch, Italienisch und Spanisch. Twitter seinerseits ist das schnellste Informations-Instrument. Da auch Journalisten sich dieser Plattform bedienen, steigert Zermatt Tourismus die Nutzung auch hier.



Ebenso hat der Bereich der Videos im Internet an Stellenwert gewonnen. Seit einem Jahr werden im Auftrag von Zermatt Tourismus regelmässig wiederkehrende Aktivitäten wie Folklore- oder Sportevents gefilmt. Sie werden zu gegebener Zeit auf dem Zermatter Youtube-Video-Portal hoch geladen.

## Newsletter – direkter Kontakt nach Hause

Seit 2006 verschickt Zermatt Tourismus Newsletters, seit einem Jahr im Monats-Takt. Die Abonnenten können sich für den Service in den Sprachen Deutsch, Englisch oder Französisch einschreiben. Die Öffnungsrate des Newsletters durch die 35 000 Abonnenten ist selbst für Branchenkenner sehr hoch: sie liegt bei 35 Prozent.

## Ständige Veränderungen

«Die Entwicklung in diesem Bereich ist rasant und selbst für Experten nur schwer voraussehbar», sagt Sven Hauser, der Verantwortliche für das Online-Marketing und soziale Netzwerke von Zermatt Tourismus. Darum gelte es, die Entwicklungen der Plattformen genau zu beobachten und die Zahlen regelmässig zu studieren.