

Ein herausforderndes Jahr

77. GENERALVERSAMMLUNG VON ZERMATT TOURISMUS
VOM 8. FEBRUAR 2012

EG Zermatt Tourismus konnte trotz rückläufigen Logiernächten eine ausgeglichene Rechnung an der Generalversammlung präsentieren. Der Fokus der Tätigkeiten im vergangenen Jahr war auf das Online-Marketing gerichtet. Die Generalversammlung stand klar im Zeichen der Neuwahlen für den Delegiertenrat.

Das Geschäftsjahr 2010/11 brachte zum zweiten Mal in Folge rückläufige Übernachtungszahlen. Mit einem Minus von 3,9% steht die Destination Zermatt-Matterhorn zwar im nationalen Vergleich nach wie vor gut da; allerdings ist mit den Logiernächten auch die Auslastung sowohl in der Hotellerie wie auch bei den Ferienwohnungen gesunken. «Den Grund für diesen Rückgang sehe ich vor allem bei der anhaltend schlechten Wirtschaftslage sowie beim starken Franken», sagt Daniel Luggen. Dass die Wettbewerbsfähigkeit von Zermatt nach wie vor gut sei, beweisen die guten Platzierungen bei zahlreichen Rankings der Medien und eine umfassende Studie der Credit Suisse. Man dürfe sich jedoch nicht auf den Lorbeeren ausruhen, so Luggen weiter: «Die kürzlich durch Zermatt Tourismus initiierte Gastfreundschafts-Initiative ‚Zermatt Insider‘ bietet eine gute Gelegenheit bei den wichtigen Softfaktoren wie Freundlichkeit und Hilfsbereitschaft gegenüber den Gästen zu punkten.» Hier sei es wichtig, mehr zu leis-

ten, als dass der Gast erwartet. Auch lobte Luggen die Initiative der Strategieguppe Zermatt, die sich mit der mittel- und langfristigen Entwicklung des Angebotes mit Schwerpunkt auf den Sommer beschäftigt.

Zielgruppengenaue Kommunikation

Daniel Luggen präsentierte auch die Aktivitäten von Zermatt Tourismus: als zentrale Marketingstelle für die Destination sei es in den letzten Jahren gelungen, sich auch mit den neuen Kommunikationsmitteln im Online-Marketing ein gutes Know-How aufzubauen. Dies ermögliche heute viel effizientere und zielgruppengenaue Kommunikation. Zermatt Tourismus hat sich im letzten Jahr auch in Sachen Gästeunterhaltung stark engagiert und ein Wochenprogramm auf die Beine gestellt, bei dem der Gast jeden Tag aus verschiedenen Aktivitäten auswählen kann. Auch das Geschäftsfeld MICE (Geschäftstourismus) wurde im letzten Jahr besonders angekurbelt. Zermatt Tourismus ist überzeugt, dass diese Zielgruppen für die Optimierung der Auslastung immer wichtiger werden.

An der 77. Generalversammlung wurden auch die Delegierten für die nächsten vier Jahre gewählt. Da bei der Drucklegung des Zermatt Inside die Gewählten noch nicht bekannt waren, werden diese auf www.ztnet.ch/Delegierte2012 publiziert, genauso wie der neu bestellte Vorstand und das Präsidium.

Logiernächte nach Ländern Jahr

Hotellerie und Parahotellerie in der Destination Zermatt

	Zermatt 2011	Täsch 2011	Randa 2011	Total 2011	Rang	Total 2010	Rang	Ver- änderung absolut	Ver- änderung in %	Markt- anteil in %
Länder nach Kontinenten										
Schweiz	721'233	28'630	3'059	752'922		738'773		14'149	1.92	36.96
Total Europa (ohne CH)	730'052	65'273	9'102	804'427		911'745		-107'318	-11.77	39.49
Total Asien	136'674	1'639	164	138'477		135'653		2'824	2.08	6.80
Total Amerika	94'488	3'776	537	98'801		90'172		8'629	9.57	4.85
Total Australien	16'880	471	145	17'496		15'375		2'121	13.80	0.86
Total Afrika	4'173	119	25	4317		4'587		-270	-5.89	0.21
<small>Nicht in der Länderstatistik enthaltene Logiernächte:</small>										
Massenlager und Camping	74'377	18'560	18'479	111'416		116'265		-4'849	-4.17	5.47
Jahrespauschalen	97'860	7'530	3'750	109'140		107'460		1'680	1.56	5.36
Total Logiernächte	1'875'737	125'998	35'261	2'036'996		2'120'030		-83'034	-3.92	100.00

Top 20 Nationen

Schweiz	721'233	28'630	3'059	752'922	1	738'773	1	14'149	1.92	36.96
Deutschland	259'501	37'094	4'852	301'447	2	344'043	2	-42'596	-12.38	14.80
Vereinigtes Königreich	160'898	2'825	171	163'894	3	185'315	3	-21'421	-11.56	8.05
Japan	87'741	234	34	88'009	4	95'789	4	-7'780	-8.12	4.32
USA	72'250	3'085	367	75'702	5	77'101	6	-1'399	-1.81	3.72
Frankreich	59'400	3'414	705	63'519	6	66'972	5	-3'453	-5.16	3.12
Russland	42'167	575	361	43'103	7	46'134	7	-3'031	-6.57	2.12
Niederlande	35'439	4'118	1'079	40'636	8	45'658	8	-5'022	-11.00	1.99
Schweden	22'419	202	67	22'688	9	23'248	9	-560	-2.41	1.11
Spanien	18'506	3'308	217	22'031	10	23'554	12	-1'523	-6.47	1.08
Belgien	18'723	2'031	568	21'322	11	24'332	10	-3'010	-12.37	1.05
Italien	19'614	1'429	240	21'283	12	24'310	11	-3'027	-12.45	1.04
Australien (mit Neuseeland)	15'450	448	141	16'039	13	13'784	15	2'255	16.36	0.79
Österreich	13'670	1'585	252	15'507	14	16'209	13	-702	-4.33	0.76
Norwegen	14'500	279	0	14'779	15	14'472	14	307	2.12	0.73
Kanada	14'140	259	60	14'459	16	11'689	18	2'770	23.70	0.71
Luxemburg	8'608	149	58	8'815	17	9'989	19	-1'174	-11.75	0.43
Polen	5'131	3'449	141	8'721	18	9'732	17	-1'011	-10.39	0.43
Taiwan	7'440	107	0	7'547	19	4'608	28	2'939	63.78	0.37
Dänemark	7'341	145	38	7'524	20	9'967	16	-2'443	-24.51	0.37

Logiernächte nach Unterkunftsart

Total Hotellerie	1'264'936	84'658	4'811	1'354'405		1'390'299		-35'894	-2.58	66.49
Total Ferienwohnungen	438'564	15'250	8'221	462'035		506'006		-43'971	-8.69	22.68
Massenlager und Camping	74'377	18'560	18'479	111'416		116'265		-4'849	-4.17	5.47
Jahrespauschalen	97'860	7'530	3'750	109'140		107'460		1'680	1.56	5.36
Total	1'875'737	125'998	35'261	2'036'996		2'120'030		-83'034	-3.92	100.00

Die Logiernächte im Geschäftsjahr 2010/2011 im Überblick.