

Zermatt Unplugged gründet die Sunnegga Sessions

C'EST LE TON LÉGER QUI FAIT LA MUSIQUE

ZT Mit neuen Sponsoren, durchdachten Marketing-Massnahmen und einem konzeptionell stimmigen Line-up geht Zermatt Unplugged in die fünfte Runde. Neu sind die Sunnegga Sessions auf einer Bühne für die leisen Töne.

In der fünften Ausgabe des Zermatt Unplugged geht das Festival des unverfälschten Sounds betont in Richtung Singer-Songwriter und gründet eine weitere Konzertreihe im Berggebiet: die Sunnegga Sessions. Konzerte zum Sonnenuntergang im stimmungsvollen Rahmen auf grosser Höhe, und das vor dem klassischen Matterhorn-Panorama. Präsentiert werden der irische Singer-Songwriter James Vincent McMorrow und die Schweizer Musikerin Anna Aaron. Beide Konzerte werden eine Dauer von 45 Minuten haben und sind eingebettet in ein Setting mit gastronomischen Angeboten. Die Sunnegga Sessions werden als exklusives Erlebnis verstanden. Sie erfüllen wie die Blue Lounge auf Blauherd auch eine repräsentative Funktion und sind ein visuelles Aushängeschild des Festivals.

Dank der Kooperation mit den Zermatter Leistungsträgern Matterhorn Group, Matterhorn Gotthard Bahn, Zermatt Bergbahnen und Einwohnergemeinde kann nun also das Bergbühnen-Konzept weiter ausgebaut werden. Auf den New Talent Stages spielen wie im vergangenen Jahr hauptsächlich Schweizer Bands jeden Tag und kostenlos von Mittag bis Mitternacht auf sechs Bühnen: Zu den schon genannten Locations kommen Foyertzelt, Hotel Alex mit Terrasse, Pink, Cervo und neu der Zermatterhof hinzu. So heisst es zusammengefasst: 27 Bands in 45 Konzerten auf neun Bühnen an fünf Tagen von 12.00 bis 1.00 Uhr.

Sportliches Ziel

Bei 93% verkauften Konzertkarten und rund 15 000 Festivalbesuchern im vergangenen Jahr gilt es für das kommende Zermatt Unplugged, das hohe Niveau zu halten. Besonders erfreulich: Das Konzert von Amy Macdonald war drei Wochen nach Vorverkaufsbeginn ausverkauft, die Hälfte der Tickets bereits nach zwei Tagen weg! Auch das Kontingent des Brooke Fraser-Konzerts neigt sich dem Ende zu.

«Toi + Moi»

Bewusst wurde der französische Top-Star Grégoire ausgewählt, um deutlich den Westschweizer, Unterwalliser und französischen Markt anzusprechen. Dieser ist ganz klar ausbaufähig, was aber besonderer Anstrengungen bedarf. Spezifische Massnahmen für die Westschweizer Skiferien sind geplant. Auch die Medienpartner OneFM sowie Le Matin Dimanche, Le Nouvelliste und LFM begrüßen die Wahl dieses Künstlers. Zermatt Tourismus plant eine spezifische Kooperation mit Schweiz Tourismus Paris, um neue Gäste dieses für Zermatt wichtigen Segments anzusprechen.

Erfreuliche Sponsorsituation

Bestehende Sponsoren wie Raiffeisen und Parmigiani konnten gehalten und die Partnerschaft ausgebaut werden. Als Auto-Sponsor unterschrieb Jaguar Land Rover Schweiz AG den Vertrag. Eine Flotte von britischen Geländewagen Range Rover Evoque wird folglich im Rahmen der Zermatter Verkehrsvorschriften für Künstlertransporte zur Verfügung stehen. Als Co-Partner konnte der Personaldienstleister Randstad gewonnen werden. Weiterer Co-Partner ist Teleboy, Nr. 1 der Online-TV-Portale. Hinzu kommt der Impact der friends of zermatt unplugged. Er ist mittlerweile so gross wie der eines Hauptsponsors. Unbezahlbar ist vor allem die ideelle Teilhabe der friends,

die aus Zermatt und dem Unterland kommen. Für viele erfüllt sich hier der Wunsch einer aktiven Teilhabe an der kulturellen Entwicklung Zermatts.

Nationale Kampagne finanziert durch Zermatt Tourismus

Zermatt Tourismus unterstützt das Zermatt Unplugged wiederum mit einer Leistung von CHF 300 000.-. Mit diesem Betrag finanziert das Festival die Kommunikationskampagne, die mit einem Wert von CHF 1,6 Millionen beziffert werden kann, und das ohne die Präsenz der redaktionellen Berichterstattung. Die Plakatkampagne startet Anfang März in Zürich, Bern, Basel, Genf, Lausanne und im Wallis, ebenso wie die nationale TV-Kampagne auf SF 1 und SF 2. Auch im Kino und auf den AdScreen der Schweizer Bahnhöfe wird Zermatt Unplugged zu sehen sein, und zwar ab Mitte Februar. Mit dem Main Partner Sonntagszeitung erscheint wiederum ein Sonderbund zum Festival am 4. März. Der Walliser Bote bringt am 8. März eine attraktiv gestaltete Beilage mit Wettbewerb. Die Radio-Kampagne startet Ende Februar auf RRO, OneFM, LausanneFM und DRS3. Zum jetzigen Zeitpunkt ist Zermatt Unplugged auf verschiedenen Online-Kanälen wie Starticket, Cineman, Teleboy und diverser weiterer Partner wie Raiffeisen präsent.

Zermatt Unplugged, vom 17.–21.4.2012

Tickets auf zermatt-unplugged.ch und starticket.ch sowie bei ZAP und der Post. Tickets für die Jamsession und Sunnegga Sessions: info@zermatt-unplugged.ch, Telefon 027 967 69 33 (Festivalbüro)