



**EINZIGARTIGE  
MOMENTE.**

zermatt.ch – buchen Sie jetzt!  
Denn die Zeit ist perfekt,  
gemeinsam Pulverschnee  
zu geniessen.

*Zermatt. No matter what*



# «Zermatt. No matter what»

DIE NEUE PLAKAT- UND MEDIENKAMPAGNE ZEIGT EIN DIFFERENZIIERTES ZERMATT

**ZT Zermatter Gäste sind in Zermatt, weil sie Klasse und Service schätzen. Auf diese Werte stützt sich die neue Werbekampagne ab. Die Plakate in wichtigen Bahnhöfen sowie die Inserate haben bereits grosses Echo ausgelöst.**

«Zermatter Gäste sind keine Schnäppchenjäger. Sie sind sich der Qualität der Destination bewusst. Darauf haben wir unsere Werbekampagne aufgebaut», sagt Marc Scheurer, Leiter Marketing von Zermatt Tourismus. Drei namhafte Zermatter Organisationen haben für diese ein Jahr lang dauernde Werbekampagne 1 Million Franken zusammengelegt, um die Kräfte für die Schweiz zu bündeln: die Zermatt Bergbahnen AG, der Hotelier-Verein Zermatt sowie Zermatt Tourismus. Es ist dies das erste Mal, dass eine derartige Kampagne die Schweiz erfasst. Marc Scheurer ergänzt: «Im Mittelpunkt steht immer das Angebot von Zermatt, das wir mit gutem Gewissen als kundennah, qualitativ hochstehend und vor allem mit einer grossen Portion Gastfreundschaft anbieten können.» Mit Absicht unterlasse man eine

aggressive Preis-Kommunikation à la «All inclusive», «Skipass/Skischule geschenkt» oder «3 für 2», wie dies viele Mitbewerber praktizieren.

Plakate hingen bereits während zweier Wochen am Autoverlad Lötschberg, an den Flughäfen Zürich-Kloten und Genf sowie an den Bahnhöfen Bern, Zürich und Genf. So sehen Passagiere gleich auf die Plakate, die auf «einzigartige Momente» hinweisen. Dabei steht die Erzähltechnik im Fokus – Erfahrungen werden über Generationen weitergegeben. Die Kampagne aktiviert Emotionen rund um Generationen und Traditionen. Da erzählt der Grossvater der Enkelin von seinen Ferien in Zermatt und gibt den Rat: «Egal wohin dein Leben dich führt, eines musst du gesehen haben: Zermatt. No matter what.» Es folgen weitere Sujets mit Personen unterschiedlichen Alters, die von ihren Zermatt-Erlebnissen auf Pisten, Wanderwegen und in Restaurants erzählen.

#### Egal was passiert...

«No matter what» – egal, komme was wolle, der Slogan zielt auf die Einzigartigkeit des

Zermatt-Erlebnisses ab. Der Slogan spielt auch mit den Doppellauten der Worte Zermatt, Matterhorn, matter. Die Tonalität der Kampagne ist ruhig und gemütvoll. Das durchgängig edle Design wird durch den Popup-Effekt des Matterhorns, das wie dreidimensional im Bild steht, aufgelockert. Die Kampagne richtet sich an Stamm- und Neukunden. Der Medienplan enthält neben zwei Plakatkampagnen mit je 124 Plakaten – eine vor Winterbeginn, eine vor Sommerbeginn – auch Print- und Online-Medien wie 20Minuten, NZZ, Swisswebcams.ch, Le Temps, Handelszeitung.

Die Werbeagentur Creation, die gleichzeitig auch Hausagentur der Zermatt Bergbahnen AG ist, hat den Agenturpitch gewonnen, weil es ihr unter drei Bewerbern gelungen war, den Charakter der Destination Zermatt-Matterhorn mit der Kampagne am besten an das Zielpublikum zu bringen. Unter anderem hat die Werbeagentur auch umgesetzt, was in der Gästebefragung zum Vorschein kam: Die Zermatter Gäste schätzen Gastfreundschaft über alles.