

# Zermatt zieht die Gäste magisch an

DIE GÄSTEBEFragung ZEIGT STÄRKEN UND SCHWÄCHEN DER DESTINATION AUF

**ZI Einmal Zermatt, immer Zermatt. So könnte man die Gästebefragung zusammenfassen. Die repräsentative Umfrage zeigt, welches Zermatts Trümpfe sind. Sie offenbart aber auch, wo Handlungsbedarf besteht.**

Die Gästebefragung zeigt Erstaunliches: Die Wintergäste stellen die Qualität der Unterkunft an die erste Stelle. Erst am zweit- und dritt wichtigsten sind ihnen die Bahnen und Pisten im Skigebiet. Beim Winterangebot legen die Gäste den Finger aber auch auf wunde Punkte. Sie finden das Animations- und Unterhaltungsangebot dürftig. Auch das Nachtleben und das kulturelle Angebot hätten in ihren Augen noch Potenzial.

Die Sommergäste sind nicht anders gestrickt. Auch ihnen ist die gute Unterkunft das Wichtigste. Dann mögen sie die Gastronomie im Dorf und in den Bergen sowie die 700 Kilometer Wanderwege. Die Sommergäste kritisieren gleichermassen das Animations- und Unterhaltungsangebot, das Nachtleben sowie das kulturelle Angebot.

## Informationsbedürfnis oder Kritik?

Hier drängt sich die Frage auf: Hat Zermatt wirklich ein zu kleines oder zu dürftiges Animationsprogramm, ist das Nachtleben so langweilig und das kulturelle Angebot provinziell? Oder sind die Gäste einfach zu wenig über das Zermatter Nachtangebot informiert? Denn erst kürzlich hat das wichtigste Schneemagazin Englands Zermatt zum besten Après-Ski-Ort erkoren. Studien

und Rankings loben immer den Zermatter Mix an hochkarätigen Angeboten in allen Bereichen.

Generell aber wollen die Zermatter Gäste die Bergwelt erleben, sie legen Wert auf Gastfreundschaft und Freundlichkeit, sie wollen das Matterhorn sehen, und sie lieben das Ortsbild und die Atmosphäre im Dorf. Sie haben aber auch Ansprüche: Sie wollen nebst einer schönen Unterkunft auch Nachhaltigkeit und sie schauen auf das Preis-Leistungsverhältnis. Und natürlich ist ihnen das Angebot im Bereich der Gastronomie wichtig.

## Lorbeeren von den Stammgästen

Spannend wird es für Zermatter Leistungsträger bei den Zahlen der wiederkehrenden Gäste. So hielten sich knapp 50 Prozent der Gäste schon mindestens zum sechsten Mal in Zermatt auf, davon waren über 17 Prozent schon mehr als 20 Mal in Zermatt. Jeder fünfte Gast ist Neuling. Von allen Besuchern sind sich über 80 Prozent sicher, dass sie wiederkehren wollen – getreu dem Motto: Einmal Zermatt, immer Zermatt. Nur 0,2 Prozent kehren Zermatt für immer den Rücken.

## «Instrument zur Verbesserung des Angebotes»

Das Ziel ist, dass die Logiernächte- und Frequenzzahlen in der Destination Zermatt-Matterhorn auch langfristig mindestens gehalten und wieder gesteigert werden können. Damit die Verbesserungsmaßnahmen in den Bereichen Angebote, Marketing und Gästebefragung ausgerichtet werden können,



Zermatter Gäste schätzen die gemütlichen Bergrestaurants. (Foto: Müller)

braucht es das Wissen um die wahren Gästebedürfnisse. Daniel Luggen, Kurdirektor: «Je genauer die Gästebefragung ausgewertet ist, umso besser können wir beim Marketing und bei der Angebotsgestaltung auf die Gästewünsche und -bedürfnisse eingehen.» Darum hat Zermatt Tourismus für Basisinformationen die Gästebefragung durchgeführt, die während elf Monaten lief. Konzipiert und realisiert wurde sie vom Institut für Tourismus in Siders (HES-SO Wallis). Rund 2300 Personen haben Studenten Interviewfragen

beantwortet, sie füllten bei Leistungsträgern aufliegende Fragebögen aus und gingen online auf die Befragung ein – beim Besuch der Homepage von Zermatt Tourismus und bei der Online-Buchung. Bei den vorliegenden Informationen handelt es sich um eine erste Auswertung. Wenn die gesamte Analyse vorliegt, können Massnahmen eingeleitet werden. Zermatt Tourismus wird in dieser Sache an die Leistungsträger herantreten.