

Noch mehr Kreativität für den perfekten Familienurlaub

NEUES GÜTESIEGEL «FAMILIEN WILLKOMMEN» UND WAS DIES BEDEUTET

ZT Seit wenigen Tagen trägt die Destination Zermatt-Matterhorn das Gütesiegel «Family Destination» des Schweizer Tourismus-Verbandes. Das Thema Familien wird bei Zermatt Tourismus schwerpunktmässig in die Marketing-Kommunikation eingebunden, und auch die Leistungsträger werden weiter am Produkt arbeiten.

Angefeuert durch den Erfolg, vom Schweizer Tourismus-Verband mit dem Familiengütesiegel ausgezeichnet worden zu sein, setzt Zermatt Tourismus in den kommenden Jahren mit dem Thema «Familie» einen Schwerpunkt in seiner Marketingstrategie. In Luzern erhielt unsere Destination zusammen mit 24 anderen Schweizer Destinationen das Label «Familien willkommen». Die Anstrengung, seit nun vier Jahren bereits vorhandene Angebote und Alleinstellungsmerkmale im Bereich Familien mit dem Kindermaskottchen «Wolli» sichtbar zu machen und Leistungsträger für das Thema zu sensibilisieren, hat sich ausgezahlt.

Zermatt-Matterhorn ist gemäss den Schweizer Tourismusexperten eine Destination, die glaubwürdig die gesamte Palette auf die Zielgruppe Familien ausrichtet und sich zur Gästegruppe Familie bekennt. Mit dem Kontrollverfahren «Credo» wurden Leistungsträger wie Gemeinde, Bergbahnen, Skischulen, Hotels, Ferienwohnungen und Gastronomiebetriebe in Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus

und Zermatt Tourismus geprüft. Die Teilnahme beruhte auf freiwilliger Basis. Insgesamt hatten 37 Betriebe und Institutionen Interesse, ein «Credo»-Betrieb zu werden.

Langfristige Aufbauarbeit

Das Label ist gültig von Januar 2013 bis Ende 2015. Wer jetzt als Leistungsträger dabei ist, ist für diesen Zeitraum festgelegt. Dennoch erhofft sich Zermatt Tourismus, dass durch das positive Signal dieser sehr wichtigen Auszeichnung immer mehr Betriebe an der Familienfreundlichkeit ihres Produkts arbeiten. Zermatt Tourismus sieht dies als eine langfristige Aufbauarbeit an, in partnerschaftlicher Zusammenarbeit mit den Leistungsträgern. Sie wird gesteuert durch Janine Imesch, Productmanagerin Familie, die sich freut, dass dieser Meilenstein des Familien-Labels für die Destination erreicht werden konnte: «Nun haben wir eine Plattform mehr, um die Destination auch im Familiensegment gastegerecht zu vermarkten.» Auch wenn es Grund zu feiern gibt: Das Label, so Imesch, sei kein Grund, sich auf den Lorbeeren auszuruhen, im Gegenteil: «Qualität für Familien soll gehalten werden, neue Ideen sind gefragt. Der Kreativität sind keine Grenzen gesetzt», so die Productmanagerin. Anforderungen bestehen für Restaurants, Spiel- und Picknickplätze sowie Erlebnisse im Sommer und Winter wie Themenwege, Wasser, Tiere, Abenteuer, Sport,

Kultur, Unterhaltung, Transport, Animation. Nicht zuletzt sind auch übergreifende Dienstleistungen wie Pauschalangebote, Gästeinformation, Sicherheit und Kinderbetreuung vor Ort Kriterien der Qualifikation.

Zermatt Tourismus wird nun einmal im Jahr eine Wollirunde mit den «Credo»-Betrieben einberufen, um weiter am Produkt zu arbeiten. Denn auch wenn sich Zermatt als Feriendestination gleichsam weitervererbt von Generation zu Generation: Die Ansprüche steigen, und am Matterhorn soll das Kind, sollen Familien VIP sein, und das in jeder Lebenslage.



FAMILY
Destination