

Werbekampagne lanciert den Sommer

«ZERMATT. NO MATTER WHAT» GEHT IN DIE ZWEITE RUNDE

ZT «Einzigartige Momente» bietet Zermatt als Premium-Destination. Nach der Winterkampagne mit den Bildern vom Grossvater und der Enkelin zeigen im Frühjahr Plakate und Online-Inserate, wie sich Pärchen und Freundinnen auf ihre Erlebnisse in Zermatt freuen.

Der Slogan «Zermatt. No matter what» hat ab Herbst 2012 dank der Plakate und den Online-Inseraten 5,3 Mio. Aufrufe (Ad Impressions) und 25 400 Klicks erzeugt. Selbst auf Facebook sah man immer wieder, dass Gäste und Zermatter Facebook-Nutzer den Slogan aufgenommen, ihre persönlichen Bilder damit kommentierten und den Slogan so für sich in einen neuen Zusammenhang gestellt hatten. «Das zeigt, dass der Slogan einprägsam ist und als Hinweis auf Zermatt sehr gut funktioniert», sagt Marketingmanager Marc Scheurer von Zermatt Tourismus. Er unterstreicht, dass die Kampagne «die Destination Zermatt-Matterhorn ins rechte Licht rückt und Feriengäste von mittlerer bis hoher Kaufkraft anspricht.» Dies aufgrund der Emotionen, die die Botschaften vermitteln.

Gemeinsame Sache

Die Marketingkampagne vereinigt die drei Leistungsträger Zermatt Tourismus, Zermatt Bergbahnen AG und den Hotelier-Verein Zermatt. Sie haben für die Winter- und die Sommerkampagne 2013 zusammen 1 Mio. CHF investiert, um die Schweizer Gäste anzusprechen, die sommers wie winters einen Drittel aller Zermatter Gäste ausmachen. Ab dem 3. Juni 2013 werden für zwei Wochen wiederum Plakate an stark frequentierten Stellen aufgehängt sein: Autoverlad Lötschberg, Flughäfen Zürich und Genf sowie in



Sommerkampagne «Zermatt. No matter what».

grossen Bahnhöfen wie Zürich, Basel, Luzern, Bern und Genf. Weiterhin steht die Erzähltechnik im Vordergrund. Erfahrungen werden diesmal aber nicht vom Grossvater an die Enkelin weitergegeben, sondern von Freundin zu Freundin. Ein Plakat zeigt auch ein Pärchen, das «einzigartige Momente» teilt. Zudem werden Online-Inserate geschaltet auf den Portalen von 20 Minuten, Newsnet.ch, Search.ch, MySwitzerland.com und weiteren Anbietern. Auch wird während zwei Wochen ein Werbefilm auf den Regional-

sendern Tele Züri und Tele Bärn ausgestrahlt. Mit den erwähnten Online-Marketing-Aktivitäten werden 1,26 Mio. Aufrufe und 12 000 Klicks generiert.

«Einzigartige Momente. Zermatt. No matter what» wird die Sommergäste animieren, in Zermatt in die Berge zu gehen, sei dies als Alpinisten, Schneesportler, Wanderer oder Gourmetgeniesser.

Informationen: www.ztnet.ch