

Ein Tag im Zeichen von WAGAGUZ

ZERMATT TOURISMUS LÄDT ZUM VIERTEN DESTINATIONSTAG EIN

ZT Am 27. März 2014 steht der Destinationstag auf dem Programm. Der Anlass wird von Zermatt Tourismus organisiert und findet zum vierten Mal in Folge statt. Ziel ist es, den Austausch innerhalb der Destination zu fördern – dieses Jahr wiederum im Rahmen eines Skitags.

Das Motto des Destinationstags ist wie immer WAGAGUZ: Wir arbeiten gemeinsam am Gedeihen unseres Zermatts. «In einer Destination wie unserer ist diese Art von Veranstaltungen von grundlegender Bedeutung und muss gepflegt werden», erklärt Daniel Luggen, Kurdirektor von Zermatt-Matterhorn. Nebst dem internen Austausch unter Leistungsträgern und Interessenten gehe es beim Destinations-Wintertag auch darum, über aktuelle Themen und Projekte zu informieren. Das Ganze beim gemütlichen Beisammensein in der Bergwelt von Zermatt. 2013 wurde beispielsweise anlässlich des Destinationstags auf dem Gornergrat die Strategie «Zermatt-Matterhorn 2018» vorgestellt und ein entsprechender Massnahmenplan von involvierten Gremien unterzeichnet.

WAGAGUZ beim Frühskifahren

Beim diesjährigen Destinationstag heisst es früh aufstehen. Die Teilnehmer kommen in den Genuss des «First Track»-Angebots und ziehen schon vor Fahrplanbeginn ihre Kurven im unberührten Skigebiet. Im Anschluss ist ein gemeinsames Frühstück und das Weiterführen des Skitags vorgesehen. Wer nicht Ski fährt, kann sich auch nur für das Frühstück anmelden. Einladung, Programm und



Teilnehmer des Destinationstags 2012.

Anmeldetalon sind auf ztnet.ch unter «Newsmeldungen» aufgeschaltet. Ausserdem erfolgt die Einladung auch über eine interne Meldung an 1200 Kontakte. Anmeldeschluss: 24. März 2014.

Strategie «Zermatt-Matterhorn 2018»

In der Strategie «Zermatt-Matterhorn 2018» ist festgesetzt, dass in den nächsten Jahren 1,2 Milliarden Franken für In-

vestitionen in Infrastruktur, touristische Erlebnisse, Qualität und Kommunikation eingesetzt werden. Im Zentrum der Strategie steht das Wohl der Gäste und der einheimischen Bevölkerung. Auch sind die internationale Positionierung der Marke «Zermatt-Matterhorn» als Premium-Destination und die Verbesserung der Attraktivität der Sommer- und Winterangebote darin festgehalten.