

Kompromisslos in die Zukunft

**Liebe Insiderinnen,
liebe Insider**

Unser Zeitalter leidet an Informationsüberflutung. Darum widersetzt sich eine starke Marke der «anything goes»-Einstellung (alles ist erlaubt). Die starke Marke positioniert sich nachhaltig und glänzt mit klarem Profil. Kompromisse haben keinen Platz in einer erfolgreichen Markenführung. Zermatt erlaubt sich aber derzeit Kompromisse zulasten der erfolgreichen Markenführung und auch zulasten des Erfolgs. Die vor knapp einem Jahr von allen wichtigen Leistungsträgern und öffentlichen Gremien von Zermatt unterzeichnete Strategie «Zermatt-Matterhorn 2018» wäre ein wertvolles Instrument für die Weiterentwicklung der Destination. Leider aber stellt sich nun keiner der privaten Mitbestimmer kompromisslos dahinter, damit sich die Destination im Marketing klar positionieren und weiterentwickeln kann. Im Gegenteil, die Marke «Zermatt-Matterhorn» wird zunehmend verwässert. Wertvolle Synergien werden nicht genutzt und es kommt zu Doppel-

spürigkeiten. Geht es so weiter, leidet am Ende niemand anders als wir selber und womöglich auch unsere künftigen Generationen. Der Gast steht da, völlig verwirrt und orientierungslos.

Gehen wir kurz in uns und fragen uns: Haben wir im Dorf die falschen Strukturen? Oder sind die strategischen Gremien falsch besetzt? Haben unsere Vertreter in den Gremien keine klare Aufgabe? Wie kann es sein, dass Betriebe und Institutionen, die fast identisch von denselben Gremien – also uns Zermattern – geführt werden, nicht dieselbe Strategie verfolgen beziehungsweise nicht am selben Strick ziehen? «Anything goes» führt nicht zum gewünschten Erfolg. Für eine erfolgreiche Positionierung der Destination braucht es den kompromisslosen Rückhalt für die Dachmarke! Egal, wie sie aussieht und egal, wer sie führt. Auf dass die Strategie «Zermatt-Matterhorn 2018» in allen Bereichen optimal umgesetzt wird.

**Herzlichst,
Ihr Marc Scheurer,
Marketingleiter Zermatt Tourismus**



Zermatt-Matterhorn verwässert die eigene Marke.