

Aussichten in Zermatt, das Top-Erlebnis

INTERNATIONALE MEDIENREISE VON SCHWEIZ TOURISMUS IN ZERMATT

ZI 150 Journalisten aus 30 Ländern und ein Programm, das kreuz und quer durch die Destination Zermatt-Matterhorn führt – mit Höhepunkten auf den Aussichtsbergen und im Dorf. Die Vorbereitungen dazu laufen auf Hochtouren, die Leistungsträger haben sich viel einfallen lassen.

Am Montag, 25. August, strömen 150 Journalisten ins Matterhorn Dorf. Die Partner Hotelier Verein Zermatt, Zermatt Bergbahnen AG, Gornergrat Bahn, Alpin Center, Sportgeschäfte sowie weitere Kreise sponsern die Reise durch grosszügige Leistungen.

Am Montagabend hören die Journalisten bei einer Medienkonferenz im Vernissage von neuesten Neuigkeiten aus dem Ferien- und Ausflugsland Schweiz. Sie erfahren aber auch Wesentliches über Zermatt und das Schwerpunktthema «Aussichten», bei dem natürlich Aussichtsberge im Zentrum stehen.

Tagestouren in der Destination

Hier ist Zermatt ganz besonders gefordert. Die Journalisten konnten im Vorfeld wählen, was sie erleben wollen. Zur Auswahl standen: Sonnenaufgang am Rothorn mit Wandern. Oder die Gourmet-Wanderung am Gornergrat. Wer es knuddelig will, besucht die Schwarznasenschafe auf der Stafelalp. Sportliche gehen entweder Sommerski fahren oder erklimmen ihren ersten 4000er, das Breithorn.

«Wir sind erstaunt, wie viele sich für die Breithorn-Tour angemeldet haben», sagt Janine Imesch, Projektleiterin Internationale Medienreise bei Zermatt Tourismus. «Es ist aber auch wichtig, dass wir Erlebnisse anbieten für weniger Unternehmungslustige», unterstreicht sie und weist auf das Programm hin, bei dem man hauptsächlich im Dorf bleibt – bei den spannendsten Fotopunkten, bei der Dorfführung und dem Museum.

Wer es tosend mag, wagt sich in die Gornerschluft und lässt sich danach im Ricola-Garten vom Duft und Geschmack



**Für Zermatt seit Monaten am Vorbereiten:
Projektleiterin Janine Imesch.**

der frischen Kräuter überraschen. Bei einem Zermatt-Programm dürfen aber auch nicht die 5-Seen-Wanderung oder eine Mountain-Bike-Tour fehlen. Allerdings begeben sich die Biker für einmal nicht in die Zermatter Hügel, sondern von Randa nach Täsch, auf die Täschalp, um sich dort die Arbeiten in einer Sennerei zeigen zu lassen.

Zusammenarbeit mit Zürich und Sion

Eine solche internationale Medienreise wäre nicht möglich ohne die Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus und Valais/Wallis Promotion. Die beiden starken Partner von Zermatt Tourismus investieren Geld und sehr viel Personalzeit. Die Leitung bei Valais/Wallis Promotion hat Natalie Kenneugni inne, bei Schweiz Tourismus ist es Sylvie Ruppli von der PR-Abteilung.

Zermatt Tourismus freut sich, dass sehr viele Leistungsträger bei der internationalen Medienreise mitarbeiten und Leistungen bieten. Das Dorf wird geprägt sein vom Interesse der Journalisten – sei es bei ihren Besuchen auf den Aussichtsgipfeln rund um Zermatt oder beim Eintauchen in die Präsentationen im Dorf, beispielsweise bei den Chalets, die die Bahnhofstrasse säumen.



Mit Haut und Haar erleben – mit dem Kickbike am Berg der Berge vorbei.



Besichtigungen gehören zum Programm. Hier als Beispiel Stimbo im Jahr 2013.



Mit Erklärungen auf den Aussichtsberg – ein grosses Erlebnis für Journalisten, die von weit her anreisen.

Zermatt ist grosser Gastgeber

150 JOURNALISTEN AUS ALLER WELT BESUCHEN IM AUGUST DAS MATTERHORNDORF

ZI Jährlich führt Schweiz Tourismus eine internationale Medienreise durch. Jedesmal steht ein Thema im Zentrum. 2014 ist es «Aussichten», und Zermatt darf Gastgeber sein. Die Vorbereitungen bei Zermatt Tourismus laufen seit einiger Zeit. Vom 25. bis 28. August steht Zermatt im Zentrum internationalen Interesses.



Zermatt Tourismus hat sich mit einem ausführlichen Dossier bei Schweiz Tourismus für die Durchführung der internationalen Medienreise beworben. Es bewerben sich jeweils mehrere Regionen, die nach einem Kriterienkatalog ausgewertet werden. Schliesslich fiel der Entscheid der Geschäftsleitung von Schweiz Tourismus zugunsten der Destination Zermatt-Matterhorn. Die Internationale Medienreise von Schweiz Tourismus führte in diese Regionen: Binntal (2009), Tessin (2010), Jungfrau-Region (2011), Luzern (2012), Appenzellerland (2013).

Im Interview erklärt Daniela Bär die Mechanismen einer internationalen Medienreise. Sie leitet seit Oktober 2000 die internationale Medienarbeit und Unternehmenskommunikation bei Schweiz Tourismus (ST). Mit ihrem Team in Zürich betreibt sie die Medienarbeit für die gesamte Schweiz, koordiniert die medialen Aktivitäten in den 26 Märkten weltweit und ist als Mediensprecherin tätig.

Daniela Bär, wer sind Sie und was ist ihre Funktion bei ST und bei der Internationalen Medienreise?

«Als Leiterin Internationale Medienarbeit und Unternehmenskommunikation bei Schweiz Tourismus bin ich in enger Zusammenarbeit mit unserem Hauptpartner Valais Promotion hauptverantwortlich für die internationale Medienreise 2014 in Zermatt.»

Was ist die Internationale Medienreise von ST und seit wann werden solche Reisen durchgeführt?

«Die internationale Medienreise von ST existiert – mit Unterbrechungen – seit 2002. Im Rahmen dieser grossen Medienreise reisen seither jährlich etwa 150 internationale

Journalisten in die Schweiz. Die ersten beiden Tage verbringen sie in der sogenannten Hauptregion, die jährlich wechselt, und die anderen drei Tage in einer anderen Region in der Schweiz.

Traditionell steht der erste Tag im Zeichen der Ankunft sowie einer Medienkonferenz am Abend. Dabei erfahren die Journalisten Wissenswertes zum Tourismusland Schweiz, zum Gastgeberort und zum aktuellen Sommer-Kampagnenthema von ST.

Am zweiten Tag unternehmen die Journalisten in verschiedenen Gruppen geführte Touren um die touristischen Highlights in der Hauptregion zu entdecken. Am Abend findet ein Unterhaltungsprogramm statt. Vom dritten bis zum fünften Tag teilen sich die Journalisten in etwa zwölf Gruppen auf und bereisen weitere Schweizer Tourismusregionen.

Ziel der Reise ist eine umfassende, positive Berichterstattung der einzelnen Journalisten über die Erlebnisse in der Schweiz, welche Medien-Konsumenten zu Buchungen von Schweiz-Ferien animieren sollen.»

Welche Märkte sind mit den Journalisten 2014 vertreten?

«ST kontaktiert Journalisten aus allen für die Schweiz relevanten Märkten. An der Medienreise werden knapp 30 verschiedenen Ländern vertreten sein.»

Was sind mögliche Themen für solche Reisen?

«Die touristischen Partner von ST in den verschiedenen Regionen, welche die einzelnen Reiseprogramme entwickeln, sind angehalten, das aktuelle Sommer-Kampagnenthema zu berücksichtigen. So werden im Jahr 2014 viele Journalisten einige der zahlreichen und schönsten Aussichtspunkte der Schweiz besuchen.»

Gibt es Unterschiede in der Interessenslage bei den Journalisten aus unterschiedlichen Märkten?

«Ja, aus diesem Grund können die Journalisten aus diversen Angeboten auswählen. Die verschiedenen Reiserouten decken ganz unterschiedliche Schwerpunkte ab, um den individuellen Bedürfnissen der Journalisten gerecht zu werden. Die Gäste reisen aus vielen verschiedenen Ländern an. Ein Journalist aus Deutschland ist mit unseren Traditionen, Kulturen und Landschaften eher vertraut als ein Journalist aus Asien. Darauf nehmen die Träger der Reise mit der Ausarbeitung von unterschiedlichen Programmpunkten und Touren Rücksicht.»



Daniela Bär ist Leiterin Internationale Medienarbeit und Unternehmenskommunikation bei Schweiz Tourismus.

Was bringt es einer Schweizer Destination kurz- und langfristig?

«Die teilnehmenden Journalisten der Medienreise verpflichten sich, über ihre Erlebnisse zu berichten. Ziel der Träger der Reise ist es, beim Endkonsumenten einen Reisewunsch auszulösen. Die Journalisten erhalten im Gegenzug die Gelegenheit, die zahlreichen Regionen und Destinationen während der Reise zu entdecken und kennen zu lernen. Dies liefert ihnen den Stoff für redaktionelle Berichterstattungen, die beim Publikum eine hohe Glaubwürdigkeit geniessen.»

Was braucht es, damit eine Destination eine solche Reise durchführen darf?

«Das Hauptkriterium hierbei ist, dass die Infrastrukturen an einer Destination geeignet sind, um die zirka 150 Journalisten zu beherbergen. Das heisst, es müssen genügend Hotelzimmer in hochstehender Qualität zur Verfügung stehen und ebenso geeignete Räume für die Durchführung der grösseren Events.»

Worauf freuen Sie sich dieses Jahr ganz besonders?

«Mit Zermatt als Ausgangspunkt der Reise erhalten die Journalisten die Gelegenheit, eines der berühmtesten Wahrzeichen der Schweiz – das Matterhorn – aus vielen Blickwinkeln bestaunen zu dürfen. Die Reaktionen unserer Gäste bei diesen Anblicken erleben zu können, ist eine grosse Freude.»