

# Die begehrteste Destination weltweit

**Die Strategie Zermatt – Matterhorn wurde überarbeitet und neu lanciert. Sie hat zum Ziel, den Leistungspartnern Orientierung zu geben und die Zukunft von Zermatt – Matterhorn erfolgreich zu gestalten – sowohl die Zukunft der Bevölkerung als auch der touristischen Entwicklung.**

Die Destination Zermatt–Matterhorn ist aktuell sehr erfolgreich unterwegs; so konnte soeben ein neuer Rekord bei den Übernachtungen erzielt werden, das touristische Angebot gewinnt zahlreiche Preise im In- und Ausland, die Destination erhält Lob aus der Branche.

Die Verantwortlichen der verschiedenen Institutionen und Leistungspartner sind sich jedoch bewusst, dass bereits heute die Weichen für eine weiterhin erfolgreiche Zukunft gestellt werden. Deshalb hat die Strategieguppe, bestehend aus den Gemeinden, Bahnen, Gewerbe- und Tourismusbetrieben die bestehende Strategie weiterentwickelt.

## **Ins Angebot investieren**

Die Gruppe handelt dabei nach denselben Prinzipien, welche der Destination Zermatt–Matterhorn schon in der Vergangenheit zur heutigen Stärke verholfen haben: Anstatt der Suche nach der schnellen Rendite durch den Verkauf von Eigentum hat man stetig ins Angebot investiert und die Produkte zusammen mit der Belegschaft weiterentwickelt, der internationalen Nachfrage angepasst und sich so die Gunst der Gäste erworben. Damit hat man vielen Generationen ein Auskommen gesichert und die Abwanderung ins Tal verhindert.

## **Neue Herausforderungen**

Die Leistungspartner teilen eine gemeinsame Vision: Zermatt–Matterhorn als die begehrteste hochalpine Tourismusdestination weltweit zu etablieren. Dabei ist man sich bewusst, dass sich in der heutigen Zeit Märkte und Gesellschaften schnell verändern und man sich durch die völlige Transparenz und Informationsflut neuen Herausforderungen stellen muss. Die losen und organisch gewachsenen

Strukturen, die unser Angebot so echt und authentisch aussehen lassen, werden genau dadurch auf den Prüfstand gestellt, denn der Gast nimmt uns nicht als Einzelkämpfer wahr: Er sieht und konsumiert die Summe aller Dienstleistungen, die schlussendlich sein Ferienerlebnis prägen.

## **Commitment zur Umsetzung**

Die Strategieguppe hat den Anspruch, dieses Erlebnisprodukt, welches in einem starken Konkurrenzkampf steht, zum begehrtesten Erlebnisprodukt im hochalpinen Raum zu entwickeln, die heutigen kleingewachsenen Strukturen beizubehalten und die Orte für die Bevölkerung lebenswert zu gestalten. Damit dies gelingt, geben die Mitglieder der Strategieguppe ein Commitment zur Umsetzung der Strategie ab. Dieses basiert auf einem gemeinsamen Wertesystem, welches definiert, wie wir miteinander umgehen, aber auch wie wir unserer Natur, unseren Einwohnern und unseren Gästen begegnen.

## **Hoher Qualitätsanspruch**

Die vorgegebene Zielsetzung schreibt wichtige Tugenden wie Leadership, Innovation und Zusammenarbeit vor. Neben der wegweisenden Grundlage erachtet es die Strategieguppe als wichtig, dass die Positionierung geschärft wurde; der Qualitätsgedanke wird dabei hochgehalten, indem man sich kurz und prägnant positioniert: «Wir stehen ein für Topqualität. Unsere Angebote, unsere Gastfreundschaft sind authentisch und einzigartig – wie das Matterhorn.» Zudem hat die Strategieguppe Prioritäten gesetzt und auch bestimmt, welche Themen zurückgestellt werden, damit sich die Destination auf ihre Stärken konzentrieren kann.