

Zermatt Tourismus

Dieser Sommer wird BIG

Gross, knallig, anders: Die Sommerkampagne 2021 der Destination Zermatt – Matterhorn fällt auf. Bilder und Videos bewerben mit dem Slogan «BIG SUMMER» die Vielfalt an Erlebnissen in der Destination.

Die Lockerung der COVID-19-Einschränkungen lassen die Hoffnung auf einen vielversprechenden touristischen Sommer wachsen. Obwohl mit den Lockerungen auch mehr Planungssicherheit einhergeht, bleibt doch eine Unsicherheit bestehen: die Ein- und Ausreisebestimmungen für Reisen ins Ausland. «Aus diesem Grund buhlen alle Schweizer Destinationen mit ihren Werbeaktivitäten um die Aufmerksamkeit der inländischen Touristen», weiss Janine Imesch, Marketingleiterin von Zermatt Tourismus. Das Ziel der Sommerkampagne 2021 der Destination sei deshalb, aus dem Grundrauschen der vielen

Kampagnen für Gäste aus dem Inland hervorstechen und aufzufallen.

BIG SUMMER

Grösstes Sommerskigebiet Europas, über 400 Kilometer Wanderwege, ausgezeichnete Familiendestination, höchste Gourmetdichte der Alpen, vielfältige Übernachtungsmöglichkeiten, Ausgangsort für die Besteigung von 38 Viertausendern, sonnigstes Gebiet der Schweiz – dies und vieles mehr hat die Destination Zermatt – Matterhorn im Sommer zu bieten. Mit dem umfangreichen Angebot holt die Destination von Grosseltern mit Enkeln bis zum Outdoor-Enthusiasten alle Zielgruppen ab. Eine solche Bandbreite an Ausflugsmöglichkeiten und Erlebnissen ist einzigartig im Alpenraum, und genau das wird mit der Sommerkampagne 2021 vermittelt: Zermatt – Matterhorn bietet alles für jeden. We are BIG! BIG SUMMER. Und weil auch der Herbst sehr attraktiv ist, zieht sich die Kampagne mit dem Slogan «BIG SUMMER EXTENDED» bis in die dritte Jahreszeit hinein und sorgt dafür, dass die vielen Angebote der Leistungspartner verkauft werden.

Diversität und Einheit

Um der grossen Bandbreite an Erlebnissen, Aktivitäten, Events und Animation gerecht zu werden, ist die Kampagne durch mehrere Schlüsselbilder geprägt. Aus Glace geformt thront das Matterhorn in einem Becher, auf

dem die Bergwelt und Outdoor-Aktivitäten abgebildet sind. Daneben steht der Slogan BIG SUMMER. Für jede Zielgruppe gibt es ein individuelles Becherdesign. Die Schlüsselbilder zeigen so eindrücklich die Diversität der Destination auf, bilden aber dennoch eine einheitliche Kampagne. Sie werden für alle Erzeugnisse der Sommerkampagne verwendet, unter anderem erscheinen sie auch in mehreren Kurzvideos für die sozialen Medien, in denen sich das echte Matterhorn in eine Glace verwandelt.

Online ist Trumpf

«Weil sich die Rahmenbedingungen rund um COVID-19 immer wieder verändern, soll die Kampagne ausschliesslich digital ausgespielt werden», so Janine Imesch. Dadurch könne jederzeit flexibel auf neue Gegebenheiten reagiert werden. Diese Strategie habe sich schon bei der Winterkampagne 2020/2021 bewährt. Mit Onlinewerbung verfolgt die Destination das Ziel, möglichst viele Gäste für Zermatt, Täsch und Randa zu gewinnen. Durch die ausgespielten Bilder und Werbefilme auf Facebook, Instagram und YouTube sollen nicht nur neue Gäste angesprochen werden, sondern auch Stammgäste sich wieder für die Destination entscheiden. «Eine solche Online-Kampagne ist nur dank der geballten Kraft aller Leistungspartner möglich, die ihre interessanten Angebote auf zermatt.ch buchbar machen und pflegen», hält Janine Imesch abschliessend fest.



Vielseitigkeit hervorheben und auffallen sind die Ziele des Kampagnenbildes.