

Einwohnergemeinde Zermatt & Zermatt Tourismus

# Zermatt Unplugged – 5 Tage Musik

Vom 11. bis 15. April 2023 findet das 14. Zermatt Unplugged statt. Während der fünf Festivaltage werden auf insgesamt 17 Bühnen über 120 Konzerte und Partys stattfinden und es werden wiederum über 30'000 BesucherInnen erwartet.

KünstlerInnen und Gäste aus aller Welt geniessen neben der Zermatter Bergkulisse, den Pisten und der Hotellerie und Gastronomie das musikalische Programm des Festivals. Zermatt Unplugged soll aber natürlich auch für die Zermatter Bevölkerung einen Mehrwert und eine Bereicherung darstellen. Dabei wird versucht, einige unvermeidbare Einschränkungen und Emissionen auf ein Minimum zu beschränken und die Prozesse laufend zu optimieren.

## Marketing und Wertschöpfung

Seit Mitte Dezember ist das Programm der Haupt-Acts 2023 bekannt und die Tickets sind im Verkauf. Der Grossteil der Hauptkonzerte ist bereits ausverkauft. Gemeinsam mit nationalen und regionalen Medienpartnern wie Radio und Fernsehen SRF, NZZ, APG, Blue, Kanal9 etc. realisiert das Festival schweizweit eine flächendeckende Marketingkampagne mit einem Mediawert von rund CHF 2,5 Mio, um das Festival zu bewerben. Dadurch kommen jedes Jahr auch zahlreiche neue Gäste nach Zermatt und die Destination profitiert von positiven Effekten auf Image und Wahrnehmung. Im Rahmen einer 2019 extern durchgeführten Wertschöpfungsstudie wurde eruiert, dass in der Destination durch das Festival allein während der fünf Tage eine zusätzliche Wertschöpfung von ca. CHF 7,5 Mio. ausgelöst wird – einerseits durch die generierten Logiernächte, aber auch durch die Ausgaben des Festivals, der Gäste und Partner in den Betrieben und beim Gewerbe vor Ort.

## Finanzierung

Um die Durchführung des Festivals sicherzustellen, sind neben personellen Ressourcen und einer funktionierenden Infrastruktur vor Ort insbesondere auch finanzielle Mittel nötig. Vom Gesamtbudget von rund CHF 6,5 Mio können nur knapp 25% mit Ticketerträgen erwirtschaftet werden. Die Umsätze aus F&B und Hospitality während des Festivals bringen einen weiteren Anteil, jedoch muss der Grossteil (rund 40%) durch Sponsoring und die öffentliche Hand finanziert werden. Die Destination leistet hier mit dem Eventpool einen zentralen Sockelbeitrag. Das Sponsoring selbst ist mit sehr viel Aufwand in der Akquise und der Umsetzung verbunden und die Ansprüche der Sponsoren an eine gute Präsenz im Taste Village sind sehr hoch. Entsprechend ist das Erreichen eines ausgeglichenen Betriebsergebnisses für das Festival jedes Jahr von Neuem eine grosse Herausforderung.

## Bühnen und Formate 2023

Das Zermatt Unplugged 2023 wird grundsätzlich analog dem Festival 2022 stattfinden, jedoch mit einer relevanten Anpassung: Die Konzerte und Partys in der Tennishalle des Hotels Alex werden dieses Jahr nicht stattfinden. Dies primär aufgrund der aktuell sehr hohen Kosten für Personal, Dienstleistungen und Infrastruktur und um über das Osterwochenende die Transporte und Emissionen im Dorf zu reduzieren.

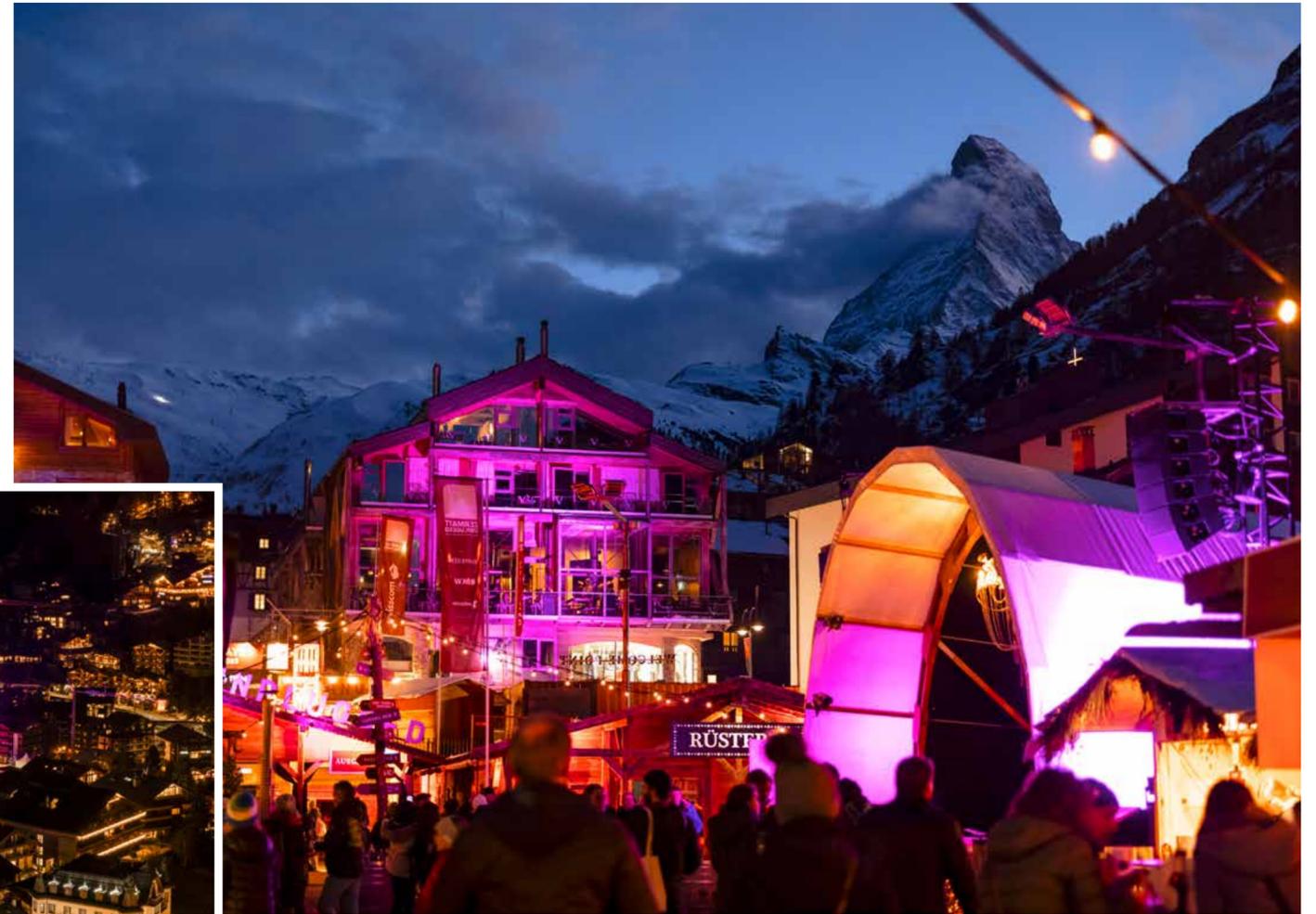
## Transport und Logistik

Publikum, KünstlerInnen und Bands, aber auch die Sponsoren stellen hohe Anforderungen an die Infrastruktur. Auch weiteren Aspekten wie Personenfluss und Sicherheit muss Rechnung getragen werden. Zur Bereitstellung dieser Infrastruktur sind Transporte ins Zentrum von Zermatt notwendig. Die ersten Transporte finden in der Woche vom 20. März statt, die letzten Ende April. In Absprache mit den Behörden wurden für Auf- und Abbau inklusive dem Osterwochenende fixe Zeiten definiert, in denen die Transporte durchgeführt werden dürfen. Die Zeitfenster sind so geplant, dass die Ruhezeiten eingehalten werden, keine Kinder auf dem Schulweg sind und das Gewerbe möglichst nicht beeinträchtigt wird. Ebenso werden alle grösseren Transporte vom Ordnungsdienst des Festivals begleitet. Der Platz des Schulhausprovisoriums wurde bis 2019 jeweils als Lager- und Logistikzone genutzt. Aufgrund der neuen Situation müssen wie schon 2022 dezentrale Lager eingesetzt werden, wodurch mehr Elektro-Transporte im Ort anfallen. Um die Sicherheit an neuralgischen Punkten wie im Bereich Hofmattstrasse zu gewährleisten, wird auch hier ein Ordnungsdienst (Lotsen) eingesetzt. Neu kümmert sich zusätzliches Festival-Personal ab Baubeginn bis -ende um eine konsequente Absicherung der Baustelle und um eine klare Signalisation.

## Auf- und Abbau Obere Matten

Die Schul-, Sport- und Freizeitanlagen (SSFA) und Zermatt Unplugged haben gemeinsam Massnahmen definiert, damit der Abbau nach dem Festival effizienter gestaltet und auf zwei Wochen verkürzt werden kann. Das Hauptaugenmerk liegt aber auf der Aufbauzeit. Zur Verkürzung der Zeit für den Aufbau wurde vom Festival eine Reduktion der Bauten im Taste Village und der Einsatz von zusätzlichen personellen Ressourcen beschlossen. Mindestens die Kunstseilbahn soll der Bevölkerung so lange wie möglich zur Verfügung stehen. Die SSFA und das Zermatt Unplugged haben gemeinsam technische Massnahmen erarbeitet, damit die Kunstseilbahn bis und mit Ende der Sportferien am 12. März geöffnet bleiben kann – sofern es denn die Temperaturbedingungen erlauben. Die Bevölkerung wird baldmöglichst offiziell via Newsletter informiert.

Das Zermatt Unplugged und die Einwohnergemeinde Zermatt bedanken sich bei Bevölkerung für das Verständnis im Zusammenhang mit dem Auf- und Abbau für das Zermatt Unplugged 2023. Zermatt wird auch dieses Jahr über viele Kanäle und durch die persönlichen Erlebnisse der KünstlerInnen und Gäste in alle Welt hinausgetragen werden und nachhaltig zu einer positiven Positionierung der Destination Zermatt – Matterhorn beitragen.



(c) Anja Zurbrügg / Julius Hatt



## Unplugged Pass für die lokale Bevölkerung:

Gegen Vorweisen der Blauen Karte (Zermatt, Täsch, Randa) oder der Staff Card erhält man den Unplugged Pass zum Preis von CHF 40.– statt 65.–. Bezug im Tourist Office oder vor Ort am Festival. Am Mittwoch ist zudem der Zutritt zum Taste Village und Foyerzelt für die lokale Bevölkerung (Blaue Karte und Staff Card) bis 18.00 Uhr frei.

## Obere Matten und Transporte

Die EWG und Zermatt Unplugged informieren die Bevölkerung per Newsletter über die Zeitpläne für Transporte sowie Auf-/Abbau in der Sportarena (inklusive Nutzung der Kunstseilbahn bis und mit Ende Sportferien am 12. März). Die Eltern der Schulkinder werden zusätzlich von der Schulleitung informiert.