

Zermatt Tourismus



„Langfristige Investitionen sichern die Wettbewerbsfähigkeit“

Die Destination Zermatt-Matterhorn legt die Strategie 2018 vor. Darin ist festgesetzt, dass in den nächsten Jahren 1,2 Milliarden Franken an Investitionen in Infrastruktur, touristische Erlebnisse, Qualität und Kommunikation eingesetzt werden sollen. Ein entsprechender Massnahmenplan wurde von allen im Tourismus von Zermatt-Matterhorn involvierten Gremien unterzeichnet.

Für die Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit der Destination Zermatt-Matterhorn hat eine Strategieguppe Schwerpunkte definiert und einen verbindlichen Massnahmenplan formuliert. Beide wurden am 6. März 2013 auf dem Gornergrat bei Zermatt unterzeichnet. Auffallend und beeindruckend: Zermatt-Matterhorn plant in den nächsten Jahren insgesamt 1,2 Milliarden Franken zu investieren, dies auf zehn Jahre hinaus gesehen: „Grosse und langfristige Investitionen sichern unsere Wettbewerbsfähigkeit“, betont Daniel Luggen, Kurdirektor von Zermatt. Unterzeichner der Strategie-Charta sind die Exponenten der Einwohnergemeinde, der Burgergemeinde, der Matterhorn Gotthardbahn, Zermatt Bergbahnen AG, des Hotelier-Vereins Zermatt, des Gewerbevereins sowie von Zermatt Tourismus. Sie alle stellen sich unisono hinter die Strategie 2018. Im Zentrum steht das Wohl der Gäste. Die internationale Positionierung der Marke „Zermatt-Matterhorn“ als

Premium-Destination und die Verbesserung der Attraktivität der Angebote für Sommer und Winter sind darin festgeschrieben. Es werden aber auch kontinuierlich die Trends beobachtet, um flexibel darauf reagieren zu können.

Doch die besten Massnahmen am Produkt und Informationen nach aussen nützen wenig, wenn nicht auch die Menschen integriert sind. So wird gezielt bei den Einwohnern und Mitarbeitenden im Tourismus angesetzt. Sie werden vermehrt sensibilisiert und informiert, damit das Tourismusbewusstsein langfristig gefördert und damit gefestigt ist. „Die Instrumente dafür sind Kommunikation und Schulung“, sagt Daniel Luggen und verweist auf bereits angelaufene Projekte wie „Zermatt Insider“ und neu das Programm „e-Fitness“ für Leistungsträger.

Schwerpunkte der Strategie 2018

Geschäftsfeld Schneeeerlebnis	Verbesserungen und Ausbau der Anfängerparks Schneeschuhtails und Winterwanderangebot optimieren Förderung der Idee „Internationales Skigebiet Monte Rosa Ski“ Sicherung der Pistenrückführungen „State of the art“-Bahnanlagen Digitales Personenleitsystem Stärkung des USP „Sommerski“ Bahntechnische Erschliessung des Matterhorn glacier paradise Bau von Schlittenbahnen und Fun-Anlagen wie Tubing, etc. Alternative Angebote wie Eissport fördern
Geschäftsfeld Bergerlebnis	Themen- und Wanderwege ausbauen Angebot Familien Wolli-Park Leisee und Riffelberg erweitern Bau eines Fun-Trails im Gebiet Rothorn-Gornergrat Bike-Trail-Netz ausbauen Fussgängerbrücke Findelbach Reaktivierung Wasserfall Findelbach Bikeweg Visp-Zermatt
Geschäftsfeld Ausflugserlebnis	Ausbau der international bekannten Top-Peaks Gornergrat und Matterhorn glacier paradise 20-Min.-Takt auf den Gornergrat mit neuen Doppeltriebwagen Stellarium und Observatorium auf dem Gornergrat Relaunch Glacier Express
Kulturelles Erbe, Landschaft	Schutzmassnahmen für Umwelt, Dorf- und Landschaftsbild Nutzungen den Prinzipien der Nachhaltigkeit unterordnen Kulturelles Erbe pflegen
Sport, Events	Umnutzung der Obere Matten und Zen Stecken für In- und Outdoor-Sportanlagen Veranstaltungszentrum für mittelgrosse Events Heliski-Angebot festigen und sichern Langlaufangebot in Täsch/Randa weiterentwickeln Ausbau Golfplatz Matterhorn auf 18 Loch Gründung „Verein Alpine Weltcuprennen“
Verkehrerschiessung	Umweltfreundlichkeit als Maxime Gesamtheitliches Verkehrskonzept mit sicherer Anreise via Schiene, Strasse und Luft (Helikopter) Schiene für Güterverkehr attraktiveren
Dorf	Dorfbild inszenieren, attraktivieren, beruhigen, verschönern Den alten Dorfkern als Kapital der Tradition schützen

Hotellerie/Parahotellerie	Angebot ausbauen für den Aufenthaltstourismus mit hoher Wertschöpfung Spezialisierung der Unterkunftsformen Kostenreduktion durch Zusammenarbeit Verfügbarkeit im Internet fördern und Auslastung verbessern Förderung einer positiven Preisspirale Erschliessung von neuen Märkten (z.B Skimärkte wie Skandinavien, Mitteleuropa oder China, aber auch neue Ziel-gruppen innerhalb der gesättigten Märkte)
---------------------------	---

... und viele weitere Projekte, über die Sie in naher Zukunft aus Zermatt-Matterhorn informiert werden.

Parallel zu diesen Massnahmen für Infrastruktur und Servicequalität investiert Zermatt-Matterhorn in eine breite Kommunikations-Strategie. Die Marke „Zermatt-Matterhorn“ steht für Premium-Qualität und soll ein kaufkräftiges internationales Publikum anziehen. Nebst der Neukundengewinnung wird stark auf die Pflege der treuen Stammgäste und Zermatt-Fans geachtet. Der professionelle Verkauf via elektronische Medien und Internet wird optimiert und dem Kundenverhalten laufend angepasst.

Zur Realisierung der Projekte braucht es die enge Zusammenarbeit der Akteure – unter dem Motto „WAGAGUZ“ (**W**ir **a**rbeiten **g**emeinsam **a**m **G**edeihen **u**nseres **Z**ermatt). Die Leistungsträger unterstützen sich gegenseitig bei der Umsetzung der Projekte. Die Finanzierung soll einerseits durch Eigenmittel und wirtschaftlichen Erfolg, aber auch durch die Erschliessung neuer Geldquellen wie zum Beispiel die Erhöhung der Kurtaxe gesichert werden.