

JAHRESBERICHT 2014.

EINZIGARTIG
GÄSTEFOKUSSIERT
INNOVATIV
DYNAMISCH
SERVICEORIENTIERT
MEDIENAFFIN
INTERNATIONAL
QUALITÄTSBEWUSST
ORGANISIERT
LÖSUNGSORIENTIERT



Zermatt. No matter what

INHALTSVERZEICHNIS.

1. Grusswort des Präsidenten	2
2. Organisation von Zermatt Tourismus	3
3. Vorstandsarbeiten und Direktion	6
4. Marketing	7
5. Gäste Information Center	13
6. Gästeanimation	15
7. Finanzen	16
8. Eckdaten und Statistiken	22



1. GRUSSWORT DES PRÄSIDENTEN.



Hans-Jörg Walther
Präsident Zermatt Tourismus

Sehr geehrte Mitglieder von Zermatt Tourismus

Die Schweiz ist im vergangenen Geschäftsjahr vom Wetter nicht gerade verwöhnt worden. Die Wintersaison war von Schlechtwettereinbrüchen geprägt und der Sommer hat praktisch nicht stattgefunden.

Auch die Auswirkungen der Währungsschwächen in unseren Stamm-Märkten sind noch lange nicht ausgestanden. Die Eurozone steckt im Vergleich zum starken Franken nach wie vor im Währungs-Tief.

Trotzdem war die Auslastung in der Destination Zermatt - Matterhorn zufriedenstellend. Das bedeutet: Zermatt ist top – auch wenn Zermatt sich selber in selbstzerfleischender Manier nicht so sieht. Von aussen wird unsere Destination als DIE Alpendestination schlechthin gesehen. Unsere Kompetenzen und Qualitäten sind gefragt: Schneesicherheit, Alpinismus, Bergbahnen, Hotel- und Shoppingwelten, Gastronomie und vieles mehr.

Der Erfolg kommt nicht zuletzt von unseren privaten und öffentlichen Leistungsträgern, die professionell arbeiten und kontinuierlich investieren. Doch es sind auch Softfaktoren, die zählen. So hat Zermatt überdurchschnittlich viele Stammgäste. Dies dank herzlicher und professioneller Gastfreundschaft. Dieses eingespielte Stammgästemanagement ist im Umfeld einer angespannten Wirtschaftslage die grosse Stütze.

Schon vor Jahren zeichnete sich durch die Währungskrisen in den Stamm-Märkten wie etwa in Deutschland und Grossbritannien ab, dass neue Marktstrategien gefragt waren. Zermatt gehört zu den Destinationen, die das früh erkannten und handelten. Mit angepasstem Marketing und zielgerichteter Kommunikation wurden neue Märkte erschlossen, beispielsweise China und die nordischen Länder. Diese neu erschlossenen Märkte haben sich inzwischen als Stamm-Märkte etabliert. Sie füllen die Lücken, die die ehemaligen Stamm-Märkte hinterlassen. Zudem hält die weltweite Medienbetreuung die Destination im Bewusstsein. Zermatt ist erfolgreich, weil es von Alaska bis Japan bekannt ist. Zermatt ist DAS alpine Muss.

Obwohl erfolgreich, bleibt Zermatt - Matterhorn «on the move». Baustellen und Potenziale sind erkannt: es wird am Sommerangebot und an der Winter-Saisonverlängerung gearbeitet.

Ich bedanke mich bei allen für die gute Zusammenarbeit und das Vertrauen. Stellvertretend seien hier genannt: unser Vorstand und der Delegiertenrat von Zermatt Tourismus, unsere Mitglieder und Kurdirektor Daniel Luggen mit seinem Team.

Chars saluds

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'HJ Walther'.

Hans-Jörg Walther

PS.: Das Jubiläumsjahr 2015 hat begonnen. 150 Jahre Matterhorn Erstbesteigung – nutzen Sie seine grosse Ausstrahlungskraft.

2. ORGANISATION VON ZERMATT TOURISMUS.

Stand 31.10.2014

Delegierte / Name	Titel	Vertreter	Zugehörigkeit
Hans-Jörg Walther	Präsident	Hotellerie	Vorstand
Markus Hasler	Vizepräsident	Bahn – ZBAG	Vorstand
Romy Biner-Hauser		Einwohnergemeinde Zermatt	Vorstand
Fernando Clemenz		Bürgergemeinde Zermatt	Vorstand
Fernando Lehner		Bahn – MGB / GGB	Vorstand
Daniel F. Lauber		Hotellerie	Vorstand
Paul Summermatter		Randa/Täsch	Vorstand
Susi Wicki-Perren		Ferienwohnungen	Vorstand
Ted Mate		Gewerbe	Vorstand
Andreas Biner		Bürgergemeinde Zermatt	Delegierter
Christoph Imboden		Täsch	Delegierter
Fabienne Götzenberger		Hotellerie	Delegierte
Hans-Peter Julen		Bahn – ZBAG	Delegierter
Hans-Rudolf Mooser		Bahn – MGB / GGB	Delegierter
Iris Kündig-Stössel		Einwohnergemeinde Zermatt	Delegierte
Josef Schwegler		Gastronomie	Delegierter
Klaus Tscherrig		Täsch	Delegierter
Leo Julen		freies Aktivmitglied	Delegierter
Manfred Julen		Gewerbe	Delegierter
Philipp Perren		freies Aktivmitglied	Delegierter
Ralph Schmidhalter		Skischule	Delegierter
Reinhard Zeiter		Bergführer	Delegierter
Susanne Biner		Ferienwohnungen	Delegierte
Werner Brantschen		Randa	Delegierter
Willy Lingg		Gastronomie	Delegierter
Revisionsstelle		Treuhand Eggen Karl, Zermatt	



WIR GEBEN UNSERER ORGANISATION EIN GESICHT.

GÄSTE INFORMATION CENTER & ZENTRALE DIENSTE



Marc-André Rey
Leiter Information &
Zentrale Dienste



Denis Maccagno
Zentrale Dienste



Chiara Maccagno
Auszubildende
Zentrale Dienste



Doris Aufdenblatten
Support GIC



**Martin
Neuenschwander**
Support & ZD



Sylvie Margelist
Verantwortliche Team
GIC



Linda Rebert
Gästeberaterin &
Animation



Emely Willisch
Gästeberaterin



Sarah Eggs
Gästeberaterin



Felicitas Lussi
Gästeberaterin



Magalie Perren
Gästeberaterin



Fabienne Frutiger
Gästeberaterin



Chiara Bayard
Praktikantin GIC



Nicole Dupertuis
Auszubildende GIC



Marie-Louise Williner
Gästeberaterin Täsch

DIREKTION



Fabienne Ruppen
Gästeberaterin Täsch



Daniel Luggen
Kurdirektor



Sabrina Crettaz
Direktionsassistentin



Peter Kronig
Project Manager



Viktoria Cristiano
Quality Manager

MARKETING

Stand 31.10.2014



Marc Scheurer
Vizedirektor &
Leiter Marketing



Janine Imesch
Sales & Product
Manager



Pascal Gebert
Verantwortlicher
E-Marketing & Sales
Manager



Ueli Schürmann
E-Marketing Manager



Dominique Willner
Support E-Marketing



Edith Zweifel
Content & Medien
Manager



Christine Schröder
Assistentin Content &
Medien Manager



Tanja Hengartner
Product Manager &
MICE



Fabienne Schaller
Verantwortliche
Marketing Support &
Product Manager



Dominique Mauderli
Marketing Support &
e-CRM



Geraldine Burgener
Marketing Support



Fabienne Süß
Praktikantin
Marketing Support



Fabienne Brantschen
Auszubildende
Marketing Support



Linda Moser
Auszubildende



Wolli
Liebling der Kinder



Ariel Chang
Vertretung China



Amadé Perrig
Vertretung USA/Kanada

3. VORSTANDSARBEITEN UND DIREKTION.

Organisation des Vorstandes

Der Vorstand hat sich im laufenden Geschäftsjahr zu fünf ordentlichen Sitzungen und einem Workshop zur Erarbeitung der Marketingstrategie getroffen. Der Delegiertenrat hat sich an zwei Versammlungen über die Aktivitäten von Zermatt Tourismus informiert und seine Anliegen angebracht. Die Mitglieder von Zermatt Tourismus haben an der Generalversammlung vom 05. Februar 2014 dem Antrag des Zermatt Apartement Vereins entsprochen und den Vorstand von acht auf neun Mitglieder erhöht. Die Statutenänderung wurde vorgenommen. An der konstituierenden Sitzung vom 05. Februar 2014 wurde Daniel F. Lauber als Nachfolger von Anna Kracht-Julien sowie Susi Wicki-Perren für den neu geschaffenen Sitz von den Delegierten in den Vorstand gewählt.

Tourismusgesetz

Das neue Tourismusgesetz gibt den Gemeinden und Tourismusdestinationen mehr Autonomie. Zermatt Tourismus hat bei der Entstehung aktiv in den Arbeitsgruppen mitgearbeitet. Nachdem das Referendum gegen das Gesetz ergriffen wurde, hat sich Zermatt Tourismus auch dort engagiert und durfte mit Genugtuung zur Kenntnis nehmen, dass das neue Tourismusgesetz die Unterstützung aus der Bevölkerung ebenfalls geniesst.

Marketingstrategie

Der Vorstand hat die neue Marketingstrategie erarbeitet und verabschiedet. Darin wurde auch die Mission, respektive die Aufgaben von Zermatt Tourismus definiert. Es sind dies die interne und externe Kommunikation, die Markenführung, das Marketing, die Gästeinformation sowie die Angebotskoordination. Die neue Marketingstrategie basiert auf der Destinationsstrategie «Zermatt - Matterhorn 2018» (www.ztnet.ch/strategie).

Anpassung Kurtaxen

Auf das Geschäftsjahr hin wurde die Kurtaxe auf CHF 2.50 angepasst. Zermatt Tourismus hat im Vorfeld die Leistungsträger über verschiedene Kanäle informiert. Die Einführung verlief unproblematisch und negative Reaktionen seitens der Gäste blieben aus. Der Mehrertrag von CHF 770'000 wurde wie von den Mitgliedern beschlossen, an die Gemeinde Zermatt überwiesen.

OpenBooking

Das neue Buchungssystem ging am 01. April 2014 online. Nach anfänglichen Startschwierigkeiten hat sich das System gegen Ende des Geschäftsjahres etabliert und sorgt für steigende Umsätze. Das Projekt wurde für den Milestone des Schweizer Tourismus nominiert. Der Vor-

stand von Zermatt Tourismus hat im Vorfeld verschiedene Grundsatzentscheide gefällt: zum Beispiel werden nur noch buchbare Angebote gelistet und die Angaben vom TrustScore werden als Bewertungsgrundlage bei allen Leistungsträgern angezeigt.

Ticket- und Angebotsverkauf

Tickets für Events oder Angebote von Leistungsträger können neu auf www.zermatt.ch angeboten und verkauft werden. Es gibt bereits einige Leistungsträger, welche von diesem Angebot Gebrauch machen – unter anderem die Gornergrat Bahn.

Events / Eventpool

Am 1. Januar 2014 trat der neue Eventpool in Kraft. Die Gemeinde Zermatt und Zermatt Tourismus haben die Mittel zusammengelegt; die Vergabe der Mittel erfolgt nach wie vor durch den Vorstand von Zermatt Tourismus mit einem Veto-Recht der Gemeinde-Vertreterin. Mit dem Swiss Epic und dem Gornergrat Schwingfest fanden zwei neue Events statt. Als weiteres Highlight konnte die Swiss Orienteering Week nach 2006 bereits zum zweiten Mal in Zermatt begrüsst werden.

Zermatt Insider

Mit der Unique Driver-Kampagne setzt Zermatt Tourismus das Projekt Zermatt Insider fort: Unique Driver hat zum Ziel, die Chauffeure der Elektro-Fahrzeuge im Umgang mit Gästen zu sensibilisieren, insbesondere in Anbetracht der Geschwindigkeit und Freundlichkeit.

Beförderung und Weiterbildungen

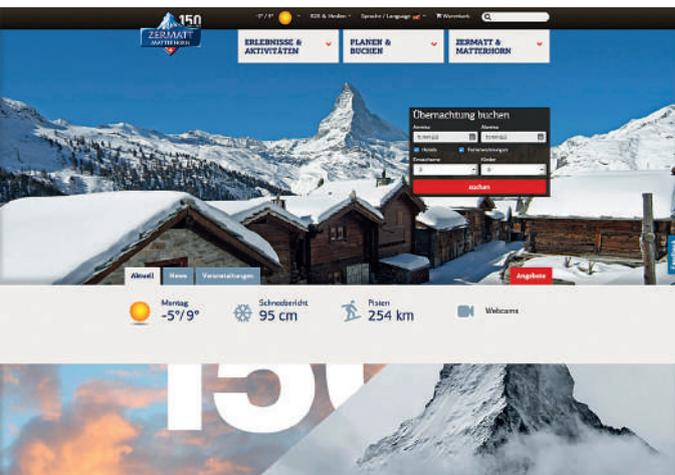
Marc Scheurer wurde nach 4 Jahren bei Zermatt Tourismus als Leiter Marketing zum Vizedirektor ernannt. Er und Kurdirektor Daniel Luggen haben im laufenden Geschäftsjahr während eines berufsbegleitenden Lehrgangs ein Executive Master of Business Administration abgeschlossen. Daniel Luggen hat zudem die Projektleitung für das 150 Jahr Jubiläum der Erstbesteigung des Matterhorns übernommen. Er wird dies als Doppelman-dat nebst seinen angestammten Aufgaben als Kurdirektor ausführen.

Studienreise Japan

Anlässlich des 20-jährigen Jubiläums der Verschwie-terung mit Myoko wurde eine Studienreise nach Japan organisiert. Nebst den Feierlichkeiten zum Jubiläum wurde auch ein Freundschaftsabkommen mit Kyoto unterschrieben.

4. MARKETING.

Die wichtigsten Projekte in diesem Geschäftsjahr waren die Neugestaltung der Webseite www.zermatt.ch, das innovative Buchungssystem «OpenBooking» und die Vorbereitungen auf das kommende Jubiläumsjahr. Dank den Investitionen auf den Märkten und der Botschaft der 150 Jahre Erstbesteigung Matterhorn konnte das Interesse an der Destination Zermatt – Matterhorn bereits in diesem Geschäftsjahr gesteigert werden. Die Investitionen wurden wie bereits im letzten Jahr anhand der Destinationsstrategie «Zermatt – Matterhorn 2018» geplant und durchgeführt.



Neuer Webauftritt zermatt.ch

Interaktive Karten, Geodaten, live Öffnungszeiten und ein bahnbrechendes Buchungsportal – dies sind die wichtigsten Innovationen der neuen Webseite von Zermatt - Matterhorn. Seit Ende April 2014 ist zermatt.ch im «responsive Design» online. Die neue Destinations-Webseite inspiriert die Webbesucher mit über 10'500 Bildern vom Matterhorn und allen Attraktionen, die Zermatt bietet. Plant ein Gast den Zermatt-Aufenthalt, kommt er schnell zum Ziel dank live Öffnungszeiten und verfügbaren Unterkünften. Bei den Geo-Punkten sind Informationen wie Öffnungszeiten und Telefonnummern integriert und Fotos zeigen die Attraktionen. Dank dem «responsive Design» passt sich das Format der Webseite automatisch an die Bildgrösse der Smartphones, Tablets und Desktops an.

Neuer Auftritt im responsive Design

OpenBooking

Das von Zermatt Tourismus und einer fachkräftigen Arbeitsgruppe entwickelte OpenBooking ist eine Meta-Suche für Hotel- und Ferienwohnungsverfügbarkeiten in der Destination Zermatt - Matterhorn über mehrere Buchungsanbieter hinweg. Implementiert sind derzeit die Anbieter TOMAS, Reconline, STC und e-domizil. Der Gast findet aus diesen Systemen auf www.zermatt.ch die grösstmögliche Anzahl an Verfügbarkeiten zum besten Preis: einheitlich, übersichtlich und transparent. OpenBooking ist ein Webservice, der insbesondere für die Nutzung durch lokale, regionale und nationale Tourismusorganisationen vorgesehen ist. **Das Projekt wurde dank seiner breiten Einsetzbarkeit und Innovation im Tourismus für den Milestone 2014 in der Kategorie «Herausragendes Projekt» nominiert.** Das Projekt wird als potentieller Meilenstein im Tourismus gehandhabt und wurde gar vom Staatssekretariat für Wirtschaft SECO finanziell unterstützt.



eConcierge

Das eConcierge Touchpad wurde von Zermatt Tourismus konzipiert und informiert Gäste der Destination Zermatt – Matterhorn über häufig gestellte Fragen. Auf dem Touchpad sind Informationen zum Wetter, Webcams, Tagestipps oder geöffnete Bahnen ersichtlich. Der eConcierge kommt insbesondere in Eingangsbereichen oder an der Rezeption zum Einsatz. Ohne wiederkehrende Kosten ist die Investition besonders beliebt bei den Hoteliers oder Ferienwohnungsanbietern. Bereits über 30 Leistungsträger haben das Produkt bestellt.

eConcierge für die Unterstützung des Gästeservices in den Hotels/Ferienwohnungen

Werbekampagne

Die Werbekampagne «Es gibt Orte, die sind einzigartig» wurde im zweiten Jahr nochmals verfeinert und besonders für die Winterwerbung eingesetzt. Unterstützt durch attraktive Angebots-Pauschalen – wie Ski Active, Ski Active im Frühling, Hike Active und Skitest – wurde jede Kampagnenwelle noch attraktiver. Die Spezialangebote wurden effektiv in Szene gesetzt, so dass zahlreiche Wander-, Genuss- und Ski-Begeisterte einen Aufenthalt in Zermatt buchten.

Im Werbemix wurden folgende Kanäle berücksichtigt: TV-Spots, Online, ePanels, Plakate und Landing Pages. Der Wiedererkennungseffekt der Kampagne ist inzwischen sehr gross: Bei den Zielgruppen wächst kontinuierlich der Wunsch, die «Einzigartigkeiten» der Destination vor Ort zu geniessen! Die Kampagne wurde dank den gemeinsamen Mitteln der Zermatt Bergbahnen AG, des Hotelier Vereins Zermatt und Zermatt Tourismus realisiert.

Aussenwerbung an bestfrequentierten Orten



Märkte

Nur einige Highlights:

- Grossbritannien

Dank der Kooperation von Zermatt Unplugged und dem legendären Londoner Club «Ronnie Scott's Jazz Club» konnte ein Promotions-Event mit 100 geladenen Medien und Reiseagenten organisiert werden um das Frühlings Skifahren und das Festival zu bewerben.

- Nordische Länder

Im Juni 2014 wurde in den Städten Göteborg, Oslo, Stockholm, Bergen und Kopenhagen eine Wallis Roadshow organisiert. Die wichtigsten Reiseagenten und Medien waren vor Ort.

- Brasilien

In vier Städten (Sao Paolo, Curitiba, Rio de Janeiro und Ribeirao Preto) wurden im April 2014 Sales Calls organisiert und die wichtigsten Reiseagenten auf das Schneerlebnis aufmerksam gemacht.

- Schweiz

In der Romandie wurden Firmen und Agenturen besucht, um Inhouse Präsentationen zu halten und die Destination im Bereich MICE (Meeting) zu positionieren. Im Anschluss wurden Meeting Days in Zermatt organisiert. Diverse Eventplaner aus der Romandie konnten das Angebot für Geschäftsreisen rund um die Destination Zermatt – Matterhorn erleben. Als Aktivität in der deutschen Schweiz nahm Zermatt Tourismus an der Messe «Swiss Office Management» in Zürich mit einem Standkonzept teil.

- International

Neu lancierte Schweiz Tourismus den «Snow Travel Mart Switzerland» um speziell den Winter zu bewerben. Dieser fand im März 2014 in St. Moritz statt und es konnten rund 200 internationale Reiseveranstalter für den Schweizer Wintersport gewonnen werden. 40 Reiseveranstalter wurden im Anschluss motiviert, sich vom Angebot in Zermatt begeistern zu lassen.

Aktivitäten und Berichte
inkl. Bilder zu sämtlichen
Verkaufsaktivitäten
im Marketing sind unter
www.ztnet.ch
zu finden!

Stand und Betreuung an der Swiss Office Management Messe



Mehr Wintergäste am Snow Travel
Mart Switzerland gewinnen

Betreuung Fachpersonen

Eine sehr wichtige und zeitintensive Arbeit von Zermatt Tourismus ist die Betreuung der Fachpersonen aus dem In- und Ausland in der Destination Zermatt - Matterhorn.

Journalisten in Zermatt

nach Land	Anzahl
Australien	6
Belgien	2
Brasilien	21
China	106
Dänemark	3
Deutschland	109
Finnland	3
Frankreich	19
Grossbritannien	36
Indien	3
Indonesien	9
Israel	1
Italien	34
Japan	14
Kanada	12
Luxemburg	2
Malaysia	3
Mexiko	1
Niederlande	17
Norwegen	6
Österreich	6
Polen	10
Qatar	5
Russland	1
Saudiarabien	6
Schweden	8
Schweiz	176
Singapur	3
Slowenien	2
Spanien	14
Südafrika	2
Südkorea	25
Taiwan	10
Thailand	17
Tschechische Republik	8
Ukraine	3
Ungarn	2
USA	40
Vietnam	3
International	19
40	767

Reisefachleute in Zermatt

nach Land	Anzahl
Australien	9
Brasilien	33
China	21
Dänemark	2
Deutschland	5
Frankreich	18
Georgien	5
Grossbritannien	25
Indien	23
Indonesien	18
Italien	21
Japan	35
Malaysia	7
Niederlande	11
Oman	9
Polen	12
Russland	63
Schweden	11
Schweiz	9
Singapur	7
Spanien	1
Südkorea	15
Taiwan	9
Thailand	18
Tschechische Republik	11
Ukraine	5
USA	27
International	196
28	626

Wettbewerbe & VIP in Zermatt

nach Land	Anzahl
China	33
Frankreich	2
Norwegen	2
Österreich	2
Schweden	3
Schweiz	90
Spanien	2
Ukraine	2
USA	2
Vereinigte Arabische Emirate	7
International	2
11	147

150 Jahre Erstbesteigung Matterhorn.

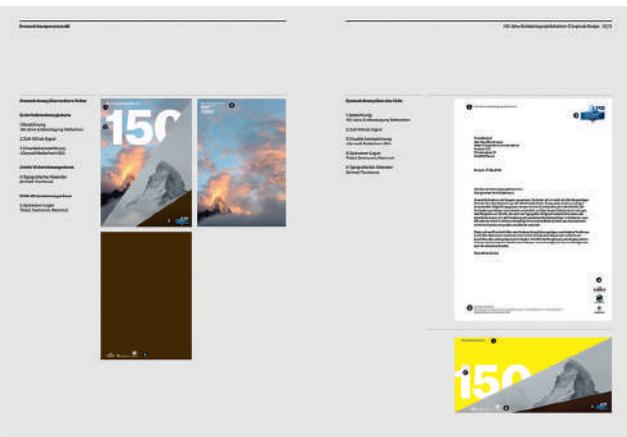


Separat ausgewiesen werden sämtliche Aktivitäten, welche über die Jubiläumsfeier und dessen Steuerungsausschuss gelenkt werden. Als Hauptprojekt für Zermatt Tourismus kann neben der Marktbearbeitung und der Key-Partnerschaft mit Schweiz Tourismus (div. Werbepattformen und die Grossprojekte STM und Ferientag) die Kommunikation hervorgehoben werden, welche die Destination dank dem Jubiläum über drei Jahre nachhaltig und international in den Fokus rückt.

CI/CD

Das für die Kommunikation umgesetzte Corporate Design basiert auf dem bestehenden CI/CD der Destination im braunen Look. Auch das Logo wurde lediglich mit den Zusätzen «150» und «1865 – 2015» ergänzt, um nachhaltig die Destinationsmarke Zermatt – Matterhorn zu stärken. Die Ausarbeitung wurde von der Agentur Quant und der Grafikfirma CI-Programm übernommen.

Gelungener Auftritt für die Jubiläumsfeier



Kommunikation nach innen

Regelmässig informiert Zermatt Tourismus die lokale Bevölkerung über die Aktivitäten rund um das Jubiläum. Bisher wurden diverse Aktivitäten im Dorf umgesetzt: Flyer mit den geplanten Projekten an alle Haushalte, diverse Mails an die Leistungsträger, Kick-off Event beim Kirchplatz und die Eröffnung der Matterhorn Plaza.

Information an alle Haushalte



Kommunikation nach aussen

In sämtlichen bestehenden Kommunikationskanälen von Zermatt Tourismus wird die Botschaft des Jubiläumsjahres transportiert (Prospekte, TeleInfo, Newsletter, zermatt.ch, Facebook, Twitter, Medienmitteilungen, Inserate, Präsentationen, etc.). Auch in der Destination wird durch Visibilität an diversen Schlüsselorten für das Jubiläumsjahr geworben (Tourismusbüro Zermatt/Täsch/Randa, Schaufenster, Plakate, Matterhorn Plaza und Mini Roll-Ups in Hotels). Als Hauptinstrument für die detaillierte Information zu den Feierlichkeiten wurde eine Landingpage gestaltet www.zermatt.ch/150.

Mini Roll-Ups ideal für die Eingangshallen





Pressekonferenzen

Um die Botschaft in den Medien zu lancieren, fanden im Sommer 2014 zwei Pressekonferenzen in Zürich und Tokyo statt. Weitere Pressekonferenzen werden im 2015 in verschiedenen Ländern (UK, DE, IT) durchgeführt, um das genaue Programm zu den jeweiligen Projekten anzukünden.

Pressekonferenz im Swatch Tower Tokyo

Key Partnerschaft Schweiz Tourismus

Dank einer intensiveren Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus kann die Destination mit einer grösseren Visibilität und mehr Rückläufen aus den Märkten rechnen. Die Kommunikation rund um das Jubiläumsjahr wird über einen längeren Zeitraum auf- und ausgebaut. Es wird als «Steigbügel» genutzt um die Destination in den Mittelpunkt zu rücken, um weltweit Aufmerksamkeit für die Ganzjahres-Destination zu generieren und die Marke Zermatt - Matterhorn zu stärken.

Internationale Medienreise

Im August 2014 konnten knapp 140 internationale Journalisten in Kooperation mit Schweiz Tourismus und Valais/Wallis Promotion nach Zermatt eingeladen werden. Das Thema «Aussichten von den schönsten Bergen» wurde genutzt, um auch die Aussichten auf unser Jubiläumsjahr zu präsentieren. Mit vielfältigen und individuellen Programmen konnten die Journalisten die Destination rund um Zermatt, Täsch und Randa entdecken.



Matterhorn Besteigung mit diversen internationalen Medien

Dank der guten Zusammenarbeit mit dem Hauptsponsor Mammut konnten regelmässig Matterhorn Besteigungen mit individuellen Journalisten organisiert werden. In Kooperation mit dem Alpin Center organisierte Zermatt Tourismus zudem für eine 10-köpfige Gruppe internationaler VIP Journalisten ein Vorbereitungscamp mit anschliessender Besteigung des Matterhorns.

Sehenswerte Resultate in den Medien, wie hier in der Frankfurter Allgemeine Zeitung

5. GÄSTE INFORMATION CENTER.

UNTERKUNFTS-BUCHUNGEN

Der Umsatz bei Direktbuchungen kann in diesem Geschäftsjahr aufgrund des Systemwechsels nicht direkt verglichen werden. Im Herbst wurde wiederum auf die Winterluft-Pauschale zu Gunsten der «Ski Active Pauschale» verzichtet. Der Trend des Buchungsverhaltens der Gäste wird bestätigt: die Internetbuchungen nahmen dieses Jahr sogar um 5 % zu, die Buchungen über das Tourismusbüro entsprechend um 5 % ab. Dank OpenBooking und den neuen Möglichkeiten von online buchbaren Pauschalen wird eine Steigerung der Wertschöpfung von Zermatt Tourismus erwartet.

Umsatz Deskline seit 2002 in CHF

Jahr	Total	Buchungen		Buchungen	
		über Tourismusbüro		über Internet	
2002	811'289	811'289	100 %	0	0 %
2003	1'232'966	1'192'076	97 %	40'890	3 %
2004	1'356'068	1'002'380	74 %	353'688	26 %
2005	2'011'178	1'566'392	78 %	444'786	22 %
2006	1'892'870	1'223'616	65 %	669'254	35 %
2007	2'367'305	1'220'076	52 %	1'147'229	48 %
2008	3'435'234	1'465'684	43 %	1'969'550	57 %
2009	3'538'086	1'261'848	36 %	2'276'239	64 %
2010	3'543'154	962'165	27 %	2'580'989	73 %
2011	3'108'240	936'537	30 %	2'171'703	70 %
2012	2'863'659	853'905	30 %	2'009'754	70 %
2013	2'833'443	775'338	27 %	2'058'054	73 %
2014 bis April	1'244'685	279'696	22 %	964'989	78 %

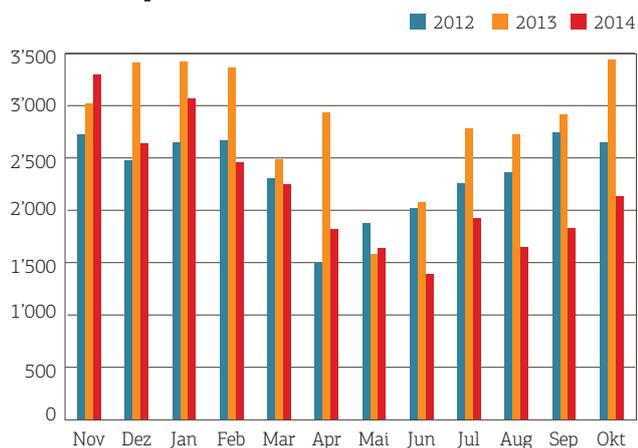
Abo- und Ticketverkauf der Bergbahnen Zermatt

Der Verkauf der Tickets hat sich auch in diesem Geschäftsjahr bewährt. Die Dienstleistung kommt bei den Gästen sehr gut an und deckt das Gästebedürfnis, alle Leistungen am selben Standort zu beziehen. Die Möglichkeit für den Verkauf weiterer Produkte und Dienstleistungen wird laufend überprüft – der Warenkorb online laufend erweitert. Ziel ist es weiterhin, das Tourismusbüro als Dienstleistungszentrum stärker zu positionieren.

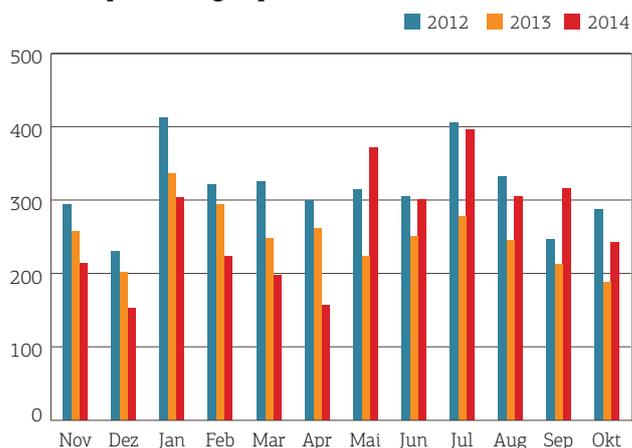
Im Geschäftsjahr 2013/14 konnte ein Gesamtumsatz durch den Ticketverkauf der ZBAG und GGB von CHF 915'082.00 erzielt werden. Dies sind CHF 88'221.00 oder 10.67% mehr als im Vorjahr.

ECKDATEN UND STATISTIKEN

E-Mail pro Monat



Prospektanfragen pro Monat



Reservierbarkeit Hotellerie / Parahotellerie über Zermatt Tourismus

Im Geschäftsjahr 2014 waren im Reservationssystem 1'087 Wohnungen (25 Wohnungen in Randa, 64 Wohnungen in Täsch und 998 Wohnung in Zermatt) registriert.

Es wurden 841 Objekte (21 Wohnungen in Randa, 30 Wohnung in Täsch und 790 Wohnungen in Zermatt) zur Direktreservation angeboten. Bei den Hotels werden 104 zur Direktreservation angeboten (davon 1 in Randa, 5 in Täsch und 98 in Zermatt).

Im Geschäftsjahr 2014 wurden 3'182 Prospekte in alle Welt versandt. Grossversände sind in dieser Statistik nicht eingerechnet!



6. GÄSTEANIMATION.

Die Leistungsträger, Vereine und Zermatt Tourismus haben im vergangenen Geschäftsjahr viel zum Gelingen der Gästeanimation beigetragen. Besonders die Dorfrundgänge gewinnen erfreulicherweise von Jahr zu Jahr an mehr Beliebtheit. An dieser Stelle möchten wir es nicht unterlassen, Herrn Franz Imboden für die Durchführung der Dorfrundgänge recht herzlich zu danken. Wir konnten Herr Franz Imboden als Nachfolger von Frau Edith Villiger-Imark für uns gewinnen.

Auch weitere Animationen wurden von unseren Gästen sehr geschätzt:

- Besuch Grande Dixence in Z'Mutt
- der Folkloresommer in Zermatt
- der traditionelle Geissenkehr
- die geologischen Wanderungen
- die Folkloreabende und musikalischen Anlässe

Zur besseren Kommunikation nach innen wurde auf dem Extranet von Zermatt Tourismus (www.ztnet.ch) ein Kalender aufgeschaltet. Darauf sind verschiedene Veranstaltungen, Events, Urversammlungen etc. enthalten. Alle Veranstalter haben die Möglichkeit und sind herzlich eingeladen, ihre Veranstaltungen über das aufgeschaltete Formular eintragen zu lassen. Auch hat Zermatt Tourismus sich bemüht, bei schlechtem Wetter und in der Zwischensaison regelmässig interne Meldungen mit verfügbaren Angeboten zu versenden.

An dieser Stelle möchten wir uns herzlich bei allen Leistungsträgern, Vereinen und der ganzen Bevölkerung von Zermatt, Täsch, Randa für die Mitarbeit am Veranstaltungsprogramm bedanken.

Event-Pool

Seit dem 01. Januar 2014 ist das neue Reglement zum gemeinsamen Event-Pool mit der Einwohnergemeinde Zermatt in Kraft getreten. Aus den Erträgen der Tourismusförderungstaxe von Zermatt Tourismus fliesst jährlich ein Beitrag von CHF 150'000 in den Pool. Die Veranstalter haben weiterhin die Möglichkeit, Anträge zur Unterstützung aus dem Event-Pool, zu stellen. Das Vergabegremium besteht weiterhin aus dem Vorstand von Zermatt Tourismus, jedoch hat die Gemeinde ein Veto-Recht.

Während des Geschäftsjahres 2014 wurden folgende Beiträge gesprochen:

Events	Direktzahlungen	Defizitgarantien
Zermatt Festival	CHF 50'000	
1. August Feier	CHF 27'500	
Patrouille des Glaciers	CHF 27'000	
Matterhorn Ultraks	CHF 21'600	
Gornergrat Schwingfest	CHF 12'500	
Zermatt Marathon	CHF 10'000	
Swatch Skiers Cup	CHF 10'000	
Swiss Food Festival	CHF 10'000	
Perskindol Swiss Epic	CHF 5'000	
Best of the Alps Golfcup	CHF 4'500	
Täschalplauf	CHF 2'000	
Folklore Festival		CHF 5'000 *
Horu Trophy		CHF 5'000 *
Matterhorn Eagle Cup		CHF 5'000 *

* Die Defizitgarantie wurde bis Ende des Geschäftsjahres 2014 nicht beansprucht.

So wurden während des vergangenen Jahres Total CHF 180'100 ausgeschüttet.

Auszug Aufgabenbereiche bei Unterstützung von Events 2014

Datum	Event	Organisator	Aufgaben Zermatt Tourismus
01.12.	Weihnachtsbaum Einweihungsfest	Gewerbeverein Zermatt	<ul style="list-style-type: none"> • Koordination • allgemeine Sekretariatsarbeiten • Mithilfe Durchführung Event
05.07.	Zermatt Marathon	OK Zermatt Marathon	<ul style="list-style-type: none"> • Unterstützung & Werbung vor Ort
19. – 26.07.	Swiss Orienteering Week	SOW	<ul style="list-style-type: none"> • Koordination • allgemeine Sekretariatsarbeiten • Mithilfe Durchführung Event
01.08.	Nationalfeiertag	Zermatt Tourismus	<ul style="list-style-type: none"> • Planung, Organisation & Durchführung
08. – 10.08.	Swiss Food Festival	Swiss Food Festival	<ul style="list-style-type: none"> • Unterstützung & Werbung vor Ort
10.08.	45. Folklore Festival Zermatt	Gewerbeverein Zermatt	<ul style="list-style-type: none"> • Akquisition der Vereine • allgemeine Sekretariatsarbeiten • Empfang der auswärtigen Gruppen
23.08.	Matterhorn Ultraks - Trail	DONE SA	<ul style="list-style-type: none"> • Unterstützung & Werbung vor Ort
05. – 21.09.	Zermatt Festival	Stiftung Zermatt Festival	<ul style="list-style-type: none"> • Unterstützung & Werbung vor Ort
15. – 20.09.	1. Perskindol Swiss Epic	Perskindol Swiss Epic	<ul style="list-style-type: none"> • Unterstützung & Werbung vor Ort

7. FINANZEN.

Allgemeines

Die Jahresrechnung 2014 weist einen Ertrag von CHF 8'033'491.66 und einen Aufwand von CHF 8'033'331.85 auf, was einen Erfolg von CHF 159.81 ergibt.

Mehreinnahmen wurden bei den Kurtaxen (+ CHF 106'917.04) und beim ausserordentlichen Ertrag (+ CHF 53'966.00) verbucht.

Tourismusförderungstaxe (TFT)

Die Einnahmen stellen sich wie folgt zusammen:

Hotellerie	CHF	620'942	27.08%
Ferienwohnungen	CHF	409'608	17.86%
Restaurant	CHF	234'831	10.24%
Bahnen	CHF	226'823	9.89%
Baugewerbe	CHF	193'333	8.43%
Handel / Getränke	CHF	129'434	5.64%
Beratung/Freie Berufe	CHF	88'267	3.85%
Sportgeschäfte/Ski-Depot	CHF	60'727	2.65%
Nahrungs- & Genussmittel	CHF	43'468	1.90%
Transportgewerbe	CHF	41'459	1.81%
Skilehrer/Skischulbüro	CHF	40'404	1.76%
Banken	CHF	34'196	1.49%
Bekleidung, Schuhe	CHF	26'203	1.14%
Immobilienhandel	CHF	18'693	0.82%
Apotheken/Drogerien	CHF	16'521	0.72%
Unterricht	CHF	14'805	0.65%
Freiwillige	CHF	14'454	0.63%
Uhren, Bijouterie	CHF	13'584	0.59%
Elektronik/Optik	CHF	13'315	0.58%
Reparaturgewerbe	CHF	13'263	0.58%
Gesundheitswesen	CHF	7'482	0.33%
Energie/Wasser	CHF	7'378	0.32%
Coiffeur, Kosmetik, Reinig.	CHF	6'375	0.28%
Reisebüro	CHF	6'255	0.27%
Bergführer, Wanderleiter	CHF	4'495	0.20%
Versicherungen	CHF	3'321	0.14%
Radio/TV	CHF	2'273	0.10%
Druck und Grafik	CHF	1'093	0.05%
Total	CHF	2'293'001	100%

Sie wurden wie folgt verwendet:

Ausgaben für Marketingzwecke

Marketing	CHF	2'961'376
Event-Fond	CHF	50'000
Total Ausgaben	CHF	3'011'376

Einnahmen für Marketingzwecke

TFT	CHF	2'293'001
Mitgliederbeiträge	CHF	57'450
Gemeinde Zermatt	CHF	100'000
Direktreservation	CHF	225'651
Auflösung Rückstellungen	CHF	250'000
Sponsoring	CHF	167'544
Merchandising	CHF	28'962
Ausserordentlicher Ertrag	CHF	63'966
Total Einnahmen	CHF	3'186'574
Saldo	CHF	+175'198

Folgende auswärtige Betriebe haben die Tourismusförderungstaxe freiwillig bezahlt:

- Anton Fercher AG
- Mengis Druck & Verlag
- Atelier Ruppen
- Möbel Siz
- Bringhen AG
- ONAX
- Canon Schweiz AG
- OCOM AG
- Fritz Schumacher AG
- Schneller, Ritz & Partner AG
- Getaz Romang AG
- Valmedia AG
- Grande Dixence SA
- Werner Fercher AG
- Krummenacher AG
- Werner Isolierwerk AG
- Lauber IWISA

An dieser Stelle ein grosses Dankeschön an die oben aufgeführten Unternehmungen.

Kurtaxen Hotellerie

Im Winter erzielte die Destination ein erfreuliches Plus von 22'253 Logiernächte (+3.05%). Das schlechte Wetter im Hochsommer trug dazu bei, dass wir im Sommer ein Minus von -12'370 Logiernächte (-2.07%) erlitten. Der schöne Herbst hat Schlimmeres verhindert. Das Jahr wurde mit einem kleinen Plus von +9'883 (+0.74%) Logiernächten abgeschlossen.

Kurtaxen Parahotellerie

Die Anpassung der Jahrespauschalen von 30 auf 40 Übernachtungen ergab ein Plus von 37'160 Logiernächten (+32.56). Die Berghütten spürten das schlechte Sommerwetter und hatten zum Teil bis ¼ weniger Übernachtungen. Dagegen verbuchten die Massnlager einen guten Winter und konnten das Minus in Grenzen halten; 5'068 Logiernächte (-4.78%). Die Ferienwohnungen verzeichneten im Winter ein kleines Plus und im Sommer überragte ein sensationelles Plus von 31'165 Logiernächten. Dies ist auf die SOW 2014 zurückzuführen.

Budget 2015

Aufgrund des Jubiläumsjahres 2015 wurde das Budget um fast CHF 400'000 erhöht. Die grössten Mehreinnahmen erwarten wir bei den Kurtaxen. Der budgetierte Verlust beträgt CHF -32'000.

BILANZ 2014.

	per 01. November 2013		per 31. Oktober 2014	
	Aktiven	Passiven	Aktiven	Passiven
AKTIVEN				
Kassa	11'979.00		5'152.05	
Postkonto	26'785.66		32'905.66	
UBS AG	80'472.23		75'798.56	
WKB (Direktreservation)	298'825.22		32'237.07	
Credit Suisse	17'100.00		0.00	
Raiffeisenbank	100'868.58		88'229.83	
Wertschriftendepot	23'008.00		21'854.00	
Debitoren Allgemein	207'066.73		171'888.46	
Debitoren Kurtaxen	446'395.65		626'994.65	
Debitoren Tourismusförderungstaxe	93'540.65		16'531.65	
Debitoren Direktreservation	45'838.20		0.00	
Debitoren Kreditkarten	86'011.80		0.00	
Transitorische Aktiven	6'167.60		19'483.13	
Kartenmaterial	21'000.00		34'000.00	
Stiftung Alpines Museum	1.00		1.00	
Pavillon Eisbahn	1.00		1.00	
Neues Verkehrsbüro	688'650.97		682'213.34	
Finanzanlagen «Golf Mischabel AG»	1.00		1.00	
PASSIVEN				
Kreditoren Allgemein		249'237.19		930'711.04
Kreditor MwSt		7'855.92		30'626.84
Kreditoren Direktreservation		708'577.16		0.00
Transitorische Passiven		536'235.56		495'034.38
Rückstellungen Allgemein		72'000.00		72'000.00
Rückstellungen Event-Fonds		17'100.00		0.00
Rückstellungen MwSt		40'000.00		15'000.00
Rückst. 150 Jahre Erstbesteig. Matterhorn		450'000.00		200'000.00
Sitzbänke Zermatt		8'948.13		0.00
Eigenkapital		63'759.33		63'759.33
Gewinn 2013				159.81
Total Bilanz	2'153'713.29	2'153'713.29	1'807'291.40	1'807'291.40

ERFOLGSRECHNUNG 2014.

	2014 Abschluss	in %	2014 Budget	in %	Diff. zu Budget 14	2015 Budget	in %
AUFWAND							
Personal Aufwand							
Gehälter	2'097'248.70		2'100'000.00		- 2'751.30	2'180'000.00	
Sozialleistungen	388'730.15		390'000.00		- 1'269.85	405'000.00	
Schulung/Rekrut. Personal	11'935.80		10'000.00		1'935.80	10'000.00	
	2'497'914.65	31.09	2'500'000.00	31.45	- 2'085.35	2'595'000.00	30.77
Allgemeiner Aufwand							
Verwaltung und Sitzungen	5'719.38		7'000.00		- 1'280.62	7'000.00	
Büromaterial	15'834.25		14'000.00		1'834.25	16'000.00	
Infrastruktur Geräte	15'287.23		19'000.00		- 3'712.77	15'000.00	
Infrastruktur Immob/Mob	19'295.80		21'000.00		- 1'704.20	19'000.00	
Kommunikation	34'818.01		33'000.00		1'818.01	33'000.00	
Die Post	46'392.51		50'000.00		- 3'607.49	46'000.00	
Mieten	283'580.95		285'000.00		- 1'419.05	285'000.00	
Energie/Wasser/Reinigung	17'587.02		17'000.00		587.02	17'000.00	
Zinsen/Spesen	- 1'316.36		1'000.00		- 2'316.36	1'000.00	
Versicherungen	10'732.85		11'000.00		- 267.15	11'000.00	
Kurtaxenkontrolle	3'000.00		5'000.00		- 2'000.00	3'000.00	
Verschiedenes	28'788.10		27'000.00		1'788.10	30'000.00	
	479'719.74	5.97	490'000.00	6.16	- 10'280.26	483'000.00	5.73
Informations Technologie- Management (IT)							
Deskline	64'171.31		60'000.00		4'171.31	55'000.00	
Internet	9'031.26		10'000.00		- 968.74	10'000.00	
IT-Software	15'950.95		15'000.00		950.95	15'000.00	
IT-Hardware	25'380.12		30'000.00		- 4'619.88	30'000.00	
Verbrauch	6'775.18		6'000.00		775.18	7'000.00	
IT Operation Service	45'428.98		42'000.00		3'428.98	46'000.00	
	166'737.80	2.08	163'000.00	2.05	3'737.80	163'000.00	1.93
Beiträge							
Dienstleistungszentrum Randa	24'000.00		24'000.00		0.00	24'000.00	
Dienstleist. Gemeinde Randa	10'000.00		10'000.00		0.00	10'000.00	
Dienstleist. Gemeinde Täsch	40'000.00		40'000.00		0.00	40'000.00	
Dienstleist. Gemeinde Zermatt	709'500.00		710'000.00		- 500.00	710'000.00	
Strategie 2018 Gem. Zermatt	770'559.00		740'000.00		30'559.00	782'000.00	
Langlauf Täsch-Randa	20'000.00		20'000.00		0.00	20'000.00	
Tele-Info Zermatt	10'640.00		21'000.00		- 10'360.00	21'000.00	
Wolli-Park	20'000.00		20'000.00		0.00	20'000.00	
	1'604'699.00	19.98	1'585'000.00	19.94	19'699.00	1'627'000.00	19.29
Subtotal	4'749'071.19		4'738'000.00		11'071.19	4'868'000.00	

ERFOLGSRECHNUNG 2014.

	2014 Abschluss	in %	2014 Budget	in %	Diff. zu Budget 14	2015 Budget	in %
AUFWAND							
Marketing							
Marktbearbeitung	197'788.13		150'000.00		47'788.13	150'000.00	
Projekt Buchungssystem	64'983.85		50'000.00		14'983.85	100'000.00	
Verkaufsförderung-Plattformen	62'247.02		50'000.00		12'247.02	50'000.00	
Studienreisen	94'275.54		75'000.00		19'275.54	75'000.00	
Stammgäste Marketing	73'616.66		65'000.00		8'616.66	65'000.00	
Werbung	727'709.70		717'000.00		10'709.70	827'000.00	
Destinationsmarketing <i>(Runder Tisch)</i>	- 615'212.20						
Zermatt Bergbahnen AG	368'337.20						
Matterhorn Gotthard Bahn und Gornergrat Bahn	56'875.00						
Hotelier Verein Zermatt	175'000.00						
Zermatt Apartement Verein	15'000.00						
150 Jahre Jubiläum	730'000.00		730'000.00			980'000.00	
Aufbau Werbung Langlaufloipe	6'445.65		0.00		6'445.65	0.00	
Content & Medien	281'169.09		280'000.00		1'169.09	280'000.00	
Foto und Filmdienst	28'087.07		45'000.00		- 16'912.93	0.00	
Prospekte	303'785.75		300'000.00		3'785.75	300'000.00	
Marktforschung	0.00		0.00		0.00	0.00	
e-Marketing	198'354.64		200'000.00		- 1'645.36	200'000.00	
Partnermarketing	127'046.19		140'000.00		- 12'953.81	140'000.00	
Beiträge tour. Institutionen	12'940.80		26'000.00		- 13'059.20	26'000.00	
Wallis Promotion	0.00		20'000.00		- 20'000.00	0.00	
Schweiz Tourismus							
Mailinghouse	2'057.40		10'000.00		- 7'942.60	10'000.00	
Verschiedenes	50'868.47		55'000.00		- 4'131.53	55'000.00	
	2'961'375.96	36.86	2'913'000.00	36.64	48'375.96	3'258'000.00	38.63
Events							
Winter	14'305.69		18'000.00		- 3'694.31	18'000.00	
Sommer	48'955.93		54'000.00		- 5'044.07	100'000.00	
Konzerte	25'000.00		25'000.00		0.00	0.00	
Zermatt Festival	50'000.00		50'000.00		0.00	0.00	
Geissenkehr	14'431.31		13'000.00		1'431.31	15'000.00	
1. August Feier	27'426.84		24'000.00		3'426.84	0.00	
Event-Fonds	50'000.00		50'000.00		0.00	150'000.00	
Beiträge an Vereine	28'000.00		28'000.00		0.00	0.00	
Swiss-O-Week	35'875.93		12'000.00		23'875.93	0.00	
	293'995.70	3.66	274'000.00	3.45	19'995.70	283'000.00	3.36
Debitorenverlust	3'889.00	0.05	0.00	0.00	3'889.00	0.00	0.00
Abschreibung Schalterhalle	25'000.00	0.31	25'000.00	0.31	0.00	25'000.00	0.30
Ausserordentlicher Aufwand	0.00		0.00			0.00	
Total Aufwand	8'033'331.85	100	7'950'000.00	100	83'331.85	8'434'000.00	100

ERFOLGSRECHNUNG 2014.

	2014 Abschluss	in %	2014 Budget	in %	Diff. zu Budget 14	2015 Budget	in %
ERTRAG							
Kurtaxen							
Hotellerie	3'129'966.97		3'100'000.00		29'966.97	3'300'000.00	
Ferienwohnungen	1'153'534.25		1'060'000.00		93'534.25	1'120'000.00	
Jahrespauschalen	345'744.92		350'000.00		-4'255.08	350'000.00	
Camping, Massenlager	217'670.90		230'000.00		-12'329.10	250'000.00	
	4'846'917.04	60.33	4'740'000.00	59.91	106'917.04	5'020'000.00	59.75
Tourismusförderungstaxe	2'293'000.82	28.54	2'300'000.00	29.07	-6'999.18	2'350'000.00	27.97
Mitgliederbeitrag	57'450.00	0.72	58'000.00	0.73	-550.00	58'000.00	0.69
Beitrag Gemeinde Zermatt	100'000.00	1.24	100'000.00	1.26	0.00	100'000.00	1.19
Direktreservation	225'651.45	2.81	250'000.00	3.16	-24'348.55	250'000.00	2.98
Auflösung Rückstellungen	250'000.00	3.11	250'000.00	3.16	0.00	200'000.00	2.38
Sponsoring Einnahmen	167'544.00	2.09	154'000.00	1.95	13'544.00	154'000.00	1.83
Merchandising	28'962.35	0.36	50'000.00	0.63	-21'037.65	30'000.00	0.36
Ausserordentlicher Ertrag	63'966.00	0.80	10'000.00	0.13	53'966.00	240'000.00	2.86
Total Ertrag	8'033'491.66	100	7'912'000.00	100	121'491.66	8'402'000.00	100

	2014 Abschluss	in %	2014 Budget	in %	Diff. zu Budget 14	2015 Budget	in %
REKAPITULATION							
Total Ertrag	8'033'491.66		7'912'000.00		121'491.66	8'402'000.00	
Total Aufwand	8'033'331.85		7'950'000.00		83'331.85	8'434'000.00	
Erfolg nach Einlage in Event-Fonds	159.81		-38'000.00		38'159.81	-32'000.00	

EGGEN

TREUHAND

Karl Eggen, lic. rer. pol.
 Haus Balma • 3920 Zermatt
 Tel. 027 967 73 32 • Fax 027 967 73 34
 mail@eggentreuhand.ch

Bericht der Revisionsstelle an die Generalversammlung von Zermatt Tourismus 3920 Zermatt

Als Revisionsstelle Ihres Vereins habe ich die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) des Vereins Zermatt Tourismus für das am 31. Oktober 2014 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

Für die Jahresrechnung ist der Vorstand verantwortlich, während meine Aufgabe darin besteht, diese zu prüfen. Ich bestätige, dass ich die gesetzlichen Anforderungen an Befähigung und Unabhängigkeit erfülle.

Meine Revision erfolgte nach dem Schweizer Standard zur eingeschränkten Revision. Danach ist eine Revision so zu planen und durchzuführen, dass wesentliche Fehlaussagen in der Jahresrechnung erkannt werden. Eine Eingeschränkte Revision umfasst hauptsächlich Befragungen und analytische Prüfungshandlungen sowie den Umständen angemessene Detailprüfungen der beim geprüften Unternehmen vorhandenen Unterlagen. Dagegen sind Prüfungen der betrieblichen Abläufe und des internen Kontrollsystems sowie Befragungen und weitere Prüfungshandlungen zur Aufdeckung deliktischer Handlungen oder anderer Gesetzesverstösse nicht Bestandteil dieser Revision.

Bei meiner Revision bin ich nicht auf Sachverhalte gestossen, aus denen ich schliessen müsste, dass die Jahresrechnung sowie der Antrag über die Verwendung des Bilanzgewinnes nicht Gesetz und Statuten entsprechen.

Zermatt, 24. Dezember 2014

TREUHAND EGGEN & CO

Karl Eggen, lic.rer.pol.
 zugelassener Revisor

8. ECKDATEN UND STATISTIKEN.

INVENTARISIERUNG ALLER WOHNUNGEN UND BETTEN.

Zermatt, Täsch und Randa

Stand 31.10.2014

	Zermatt	%	Täsch	%	Randa	%
WOHNUNGEN						
Einheimische						
Eigenbedarf	1'208	17.89	297	32.93	151	43.27
Miete Einheimische	2'754	40.65	282	31.26	94	26.93
Total Einheimische	3'953	58.54	579	64.19	245	70.20
Parahotellerie						
Einheimische Gästevermietung	1'224	18.13	140	15.52	39	11.17
Zweitwohnungsbesitzer						
Gästevermietung	482	7.14	81	8.98	10	2.87
Eigenbedarf	1'094	16.20	102	11.31	55	15.76
Total Zweitwohnungen	1'576	23.34	183	20.29	65	18.62
Total Parahotellerie	2'800	41.46	323	35.81	104	29.80
Total Wohnungen *	6'753	100	902	100	349	100

* ohne Neubauten 2013

	Zermatt	%	Täsch	%	Randa	%
BETTEN						
Betten in Wohnungen (Einheimische)						
Eigenbedarf	4'359	14.65	999	25.31	598	36.11
Miete Einheimische	7'088	23.82	810	20.52	309	18.66
Total Einheimische	11'447	38.47	1'809	45.83	907	54.77
Parahotellerie						
Einheimische Gästevermietung	4'492	15.10	361	9.15	132	7.97
Zweitwohnungsbesitzer						
Gästevermietung	1'887	6.34	305	7.73	34	2.05
Eigenbedarf	3'941	13.25	550	13.93	203	12.26
Total Zweitwohnungen	5'828	19.59	855	21.66	237	14.31
Total Betten in Wohnungen	21'767	73.16	3'025	76.64	1'276	77.05
Massenlager	894	3.00	115	2.91	326	19.69
Hotellerie	7'093	23.84	807	20.45	54	3.26
Total Betten	29'754	100	3'947	100	1'656	100

LOGIERNÄCHTE NACH LÄNDERN PRO JAHR.

Hotellerie und Parahotellerie in der Destination Zermatt - Matterhorn

	Zermatt 2014	Täsch 2014	Randa 2014	Total 2014	Rang	Total 2013	Rang	Veränd. absolut	Veränd. in %	MA* in %
* Marktanteil										
LÄNDER NACH KONTINENTEN										
Schweiz	792'935	21'613	3'749	818'297		790'095		28'202	3.57	39.58
Total Europa (ohne CH)	638'694	50'079	8'802	697'575		678'639		18'936	2.79	33.74
Total Asien	154'268	7'177	1'369	162'814		165'790		-2'976	-1.80	7.88
Total Amerika	105'175	2'068	850	108'093		107'262		831	0.77	5.23
Total Australien	23'518	470	134	24'122		21'773		2'349	10.79	1.17
Total Afrika	3'942	207	16	4'165		4'835		-670	-13.86	0.20
Nicht in der Länderstatistik enthaltene Logiernächte:										
Massenlager & Camping	67'043	18'655	15'324	101'022		106'090		-5'068	-4.78	4.89
Jahrespauschalen	136'240	11'040	4'000	151'280		114'120		37'160	32.56	7.32
Total Logiernächte	1'921'815	111'309	34'244	2'067'368		1'988'604		78'764	3.96	100

TOP 20 NATIONEN

Schweiz	792'935	21'613	3'749	818'297	1	790'095	1	28'202	3.57	39.58
Deutschland	204'247	26'046	4'055	234'348	2	233'886	2	462	0.20	11.34
Vereinigtes Königreich	150'567	3'357	457	154'381	3	141'506	3	12'875	9.10	7.47
USA	77'974	1'316	629	79'919	4	80'730	5	-811	-1.00	3.87
Japan	75'125	3'296	169	78'590	5	96'888	4	-18'298	-18.89	3.80
Frankreich	53'126	2'604	623	56'353	6	57'567	6	-1'214	-2.11	2.73
Russische Föderation	48'466	608	506	49'580	7	50'896	7	-1'316	-2.59	2.40
Niederlande	25'709	1'994	808	28'511	8	30'965	8	-2'454	-7.93	1.38
Schweden	22'949	509	13	23'471	9	21'340	9	2'131	9.99	1.14
Norwegen	19'979	256	67	20'302	10	16'179	13	4'123	25.48	0.98
Australien (mit Neuseeland)	19'072	419	129	19'620	11	20'424	10	-804	-3.94	0.95
Belgien	15'939	1'796	470	18'205	12	19'017	11	-812	-4.27	0.88
Italien	14'366	1'006	333	15'705	13	16'565	12	-860	-5.19	0.76
China (ohne Hongkong)	13'698	1'302	465	15'465	14	13'014	15	2'451	18.83	0.75
Spanien	12'375	2'704	366	15'445	15	15'908	14	-463	-2.91	0.75
Kanada	14'645	450	101	15'196	16	12'263	17	2'933	23.92	0.74
Österreich	11'707	1'007	450	13'164	17	12'913	16	251	1.94	0.64
Taiwan	11'618	121	4	11'743	18	9'430	18	2'313	24.53	0.57
Korea	11'188	462	12	11'662	19	5'451	26	6'211	113.94	0.56
Thailand	8'885	677	28	9'590	20	8'855	19	735	8.30	0.46

LOGIERNÄCHTE NACH UNTERKUNFTSART

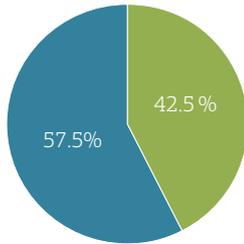
Total Hotellerie	1'263'867	66'238	7'764	1'337'869		1'327'986		9'883	0.74	64.71
Total Ferienwohnungen	454'665	15'376	7'156	477'197		440'408		36'789	8.35	23.08
Massenlager & Camping	67'043	18'655	15'324	101'022		106'090		-5'068	-4.78	4.89
Jahrespauschalen	136'240	11'040	4'000	151'280		114'120		37'160	32.56	7.32
Total	1'921'815	111'309	34'244	2'067'368		1'988'604		78'764	3.96	100

LOGIERNÄCHTE HOTELLERIE & PARAHOTELLERIE.

Winter / Sommer 2014

Total Destination Zermatt

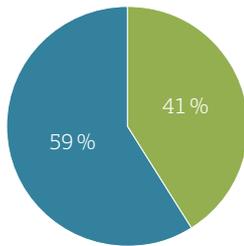
■ Winter ■ Sommer



	Winter	Sommer	Total
Zermatt	1'133'740	788'075	1'921'815
Täsch	40'934	70'375	111'309
Randa	13'206	21'038	34'244
Total	1'187'880	879'488	2'067'368

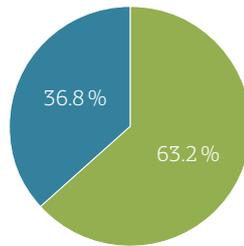
Zermatt

■ Winter ■ Sommer



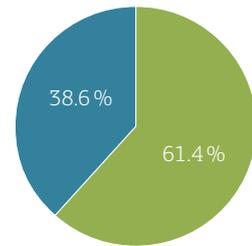
Täsch

■ Winter ■ Sommer



Randa

■ Winter ■ Sommer

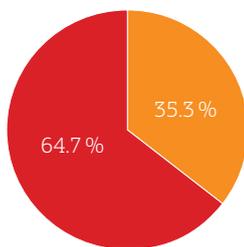


LOGIERNÄCHTE HOTELLERIE & PARAHOTELLERIE.

Jahr 2014

Total Destination Zermatt

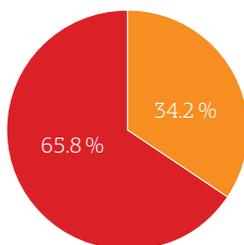
■ Hotellerie ■ Parahotellerie



	Hotellerie	Parahotellerie	Total
Zermatt	1'263'867	657'948	1'921'815
Täsch	66'238	45'071	111'309
Randa	7'764	26'480	34'244
Total	1'337'869	729'499	2'067'368

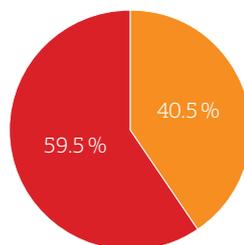
Zermatt

■ Hotellerie ■ Parahotellerie



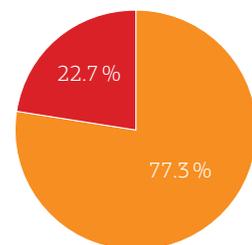
Täsch

■ Hotellerie ■ Parahotellerie



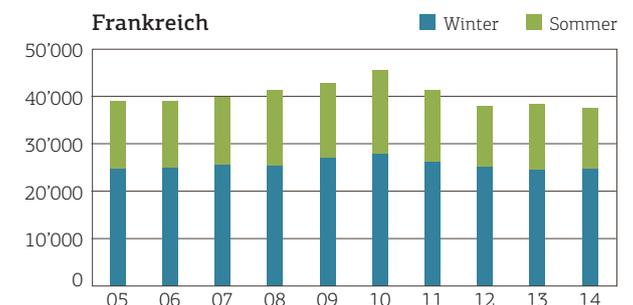
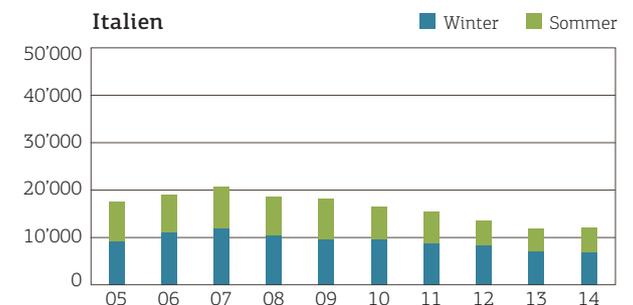
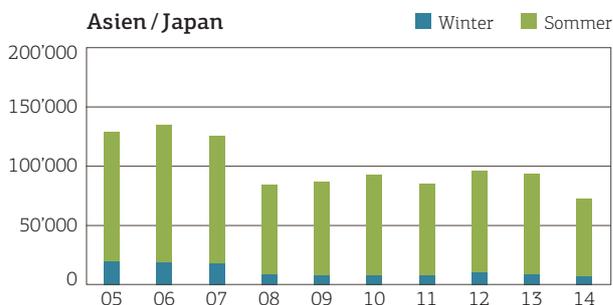
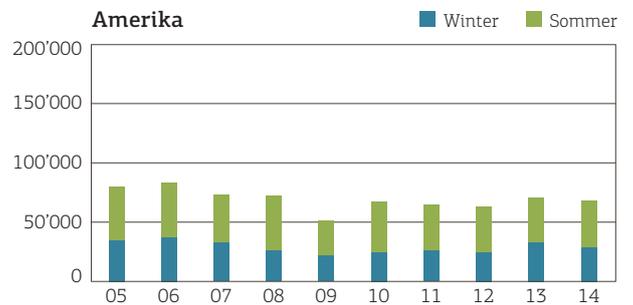
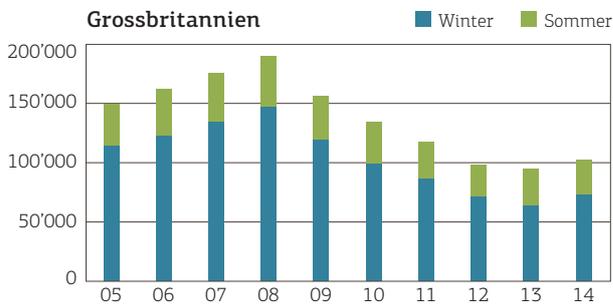
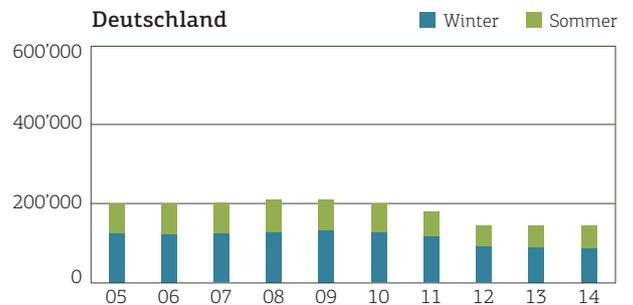
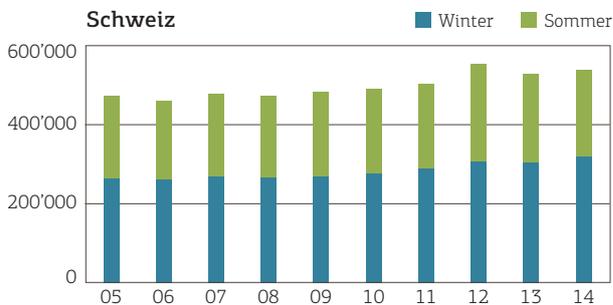
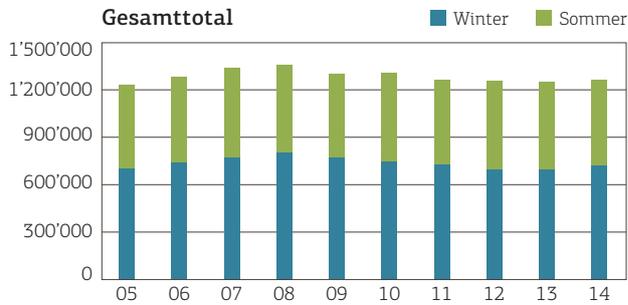
Randa

■ Hotellerie ■ Parahotellerie



HOTELLERIE NACH DEN WICHTIGSTEN MÄRKTEN.

Zermatt



LOGIERNÄCHTE NACH TOP 10 NATIONEN.

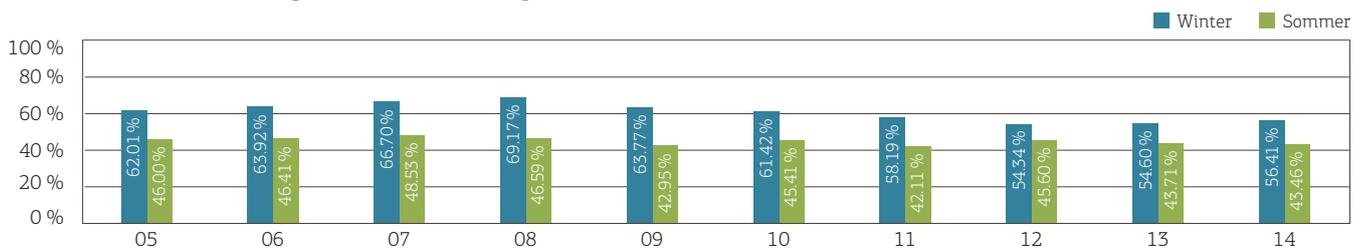
	Hotel 2014	Para 2014	Total 2014	Rang	Total 2013	Veränd. absolut	Veränd. in %	MA* in %
TOP 10 (NATIONEN)								* Marktanteil
Zermatt								
Schweiz	539'099	253'836	792'935	1	760'080	32'855	4.32	41.26
Deutschland	142'921	61'326	204'247	2	203'656	591	0.29	10.63
Vereinigtes Königreich	102'089	48'478	150'567	3	138'697	11'870	8.56	7.83
USA	67'983	9'991	77'974	4	77'935	39	0.05	4.06
Japan	72'381	2'744	75'125	5	96'281	-21'156	-21.97	5.01
Frankreich	37'578	15'548	53'126	6	53'454	-328	-0.61	2.78
Russische Föderation	39'101	9'365	48'466	7	49'805	-1'339	-2.69	2.59
Niederlande	18'017	7'692	25'709	8	26'220	-511	-1.95	1.36
Schweden	18'183	4'766	22'949	9	20'799	2'150	10.34	1.08
Norwegen	16'206	3'773	19'979	10	15'870	4'109	25.89	1.04
Täsch								
Deutschland	17'128	8'918	26'046	1	25'994	52	0.20	23.40
Schweiz	18'787	2'826	21'613	2	26'609	-4'996	-18.78	19.42
Vereinigtes Königreich	2'938	419	3'357	3	2'306	1'051	45.58	3.02
Japan	3'272	24	3'296	4	773	2'523	326.39	2.96
Spanien	2'603	101	2'704	5	2'356	348	14.77	2.43
Frankreich	2'200	404	2'604	6	3'467	-836	-24.89	2.34
Dänemark	2'406	66	2'472	7	1'717	755	43.97	2.22
Niederlande	1'465	529	1'994	8	3'273	-1'279	-39.08	1.79
Belgien	1'577	219	1'796	9	1'656	140	8.45	1.61
Polen	945	384	1'329	10	1'480	-151	-10.20	1.19
Randa								
Deutschland	898	3'157	4'055	1	4'236	-181	-4.27	11.84
Schweiz	2'014	1'735	3'749	2	3'406	343	10.07	10.95
Niederlande	225	583	808	3	1'472	-664	-45.11	2.36
USA	575	54	629	4	507	122	24.06	1.84
Frankreich	428	195	623	5	646	-23	-3.56	1.82
Russland	449	57	506	6	548	-42	-7.66	1.48
Belgien	108	362	470	7	477	-7	-1.47	1.37
China	453	12	465	8	53	412	777.36	1.36
Vereinigtes Königreich	398	59	457	9	503	-46	-9.15	1.33
Österreich	307	143	450	10	295	155	52.54	1.31

BETTENBELEGUNG HOTELLERIE.

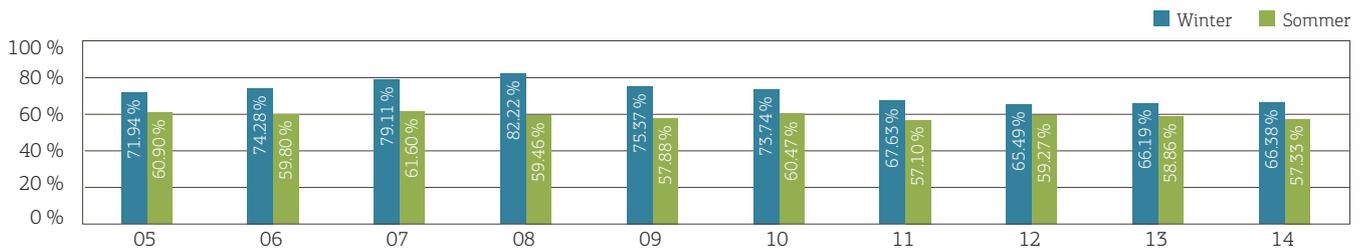
Zermatt

	Winter 2013/14	Sommer 2014	Jahr 2014
Anzahl Logiernächte	722'436	541'431	1'263'867
Vorhandene Betten	7'076	6'771	6'924
Anzahl Logiernächte pro Bett	102	80	182
Auslastung in %	56.41%	43.46%	50.02%
Verfügbare Betten	6'013	5'133	5'573
Anzahl Logiernächte pro Bett	120	105	228
Auslastung in %	66.38%	57.33%	62.18%

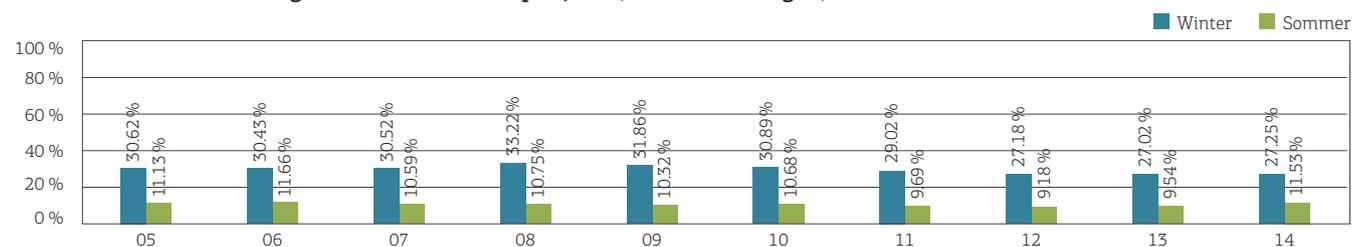
Zermatt: Auslastung vorhandene Betten pro Jahr (Hotellerie)



Zermatt: Auslastung verfügbare Betten pro Jahr (Hotellerie)

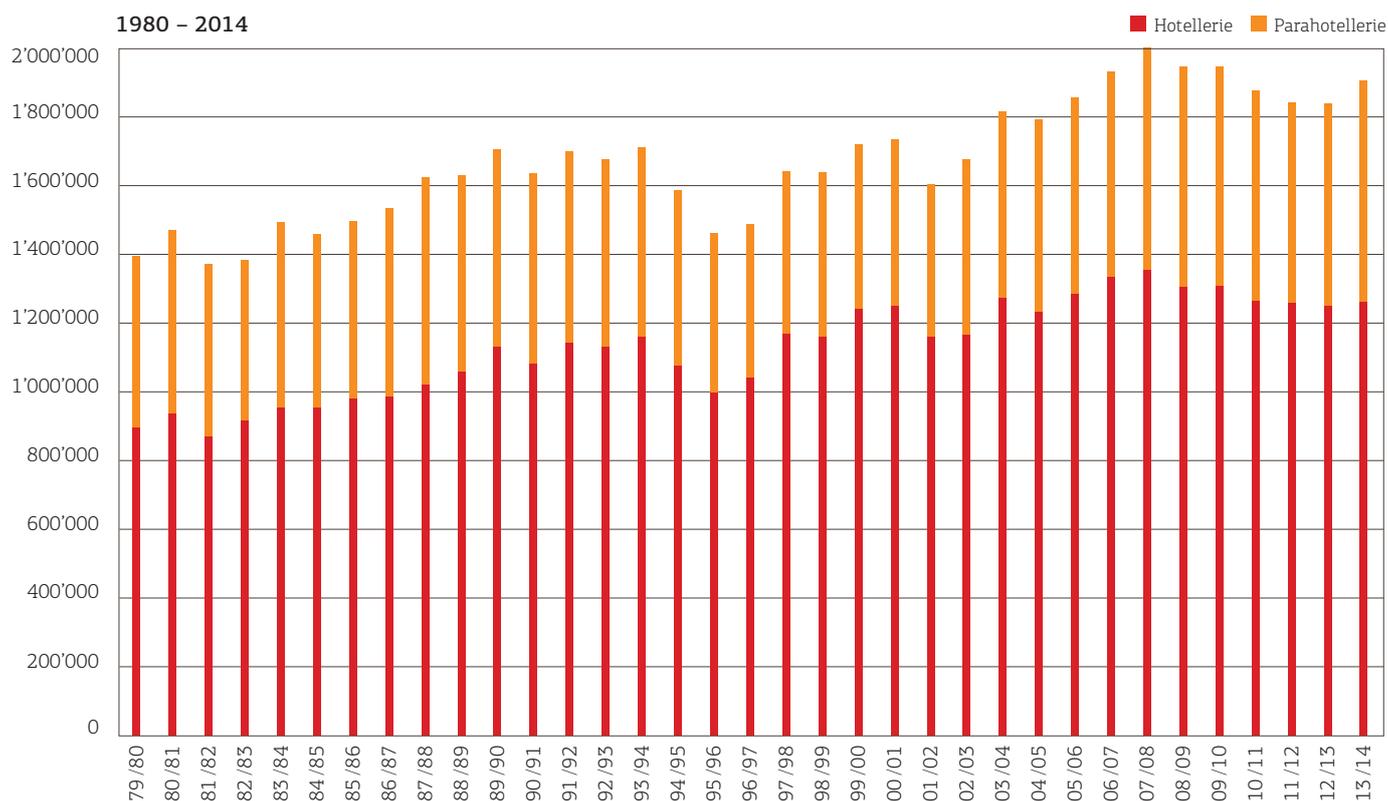
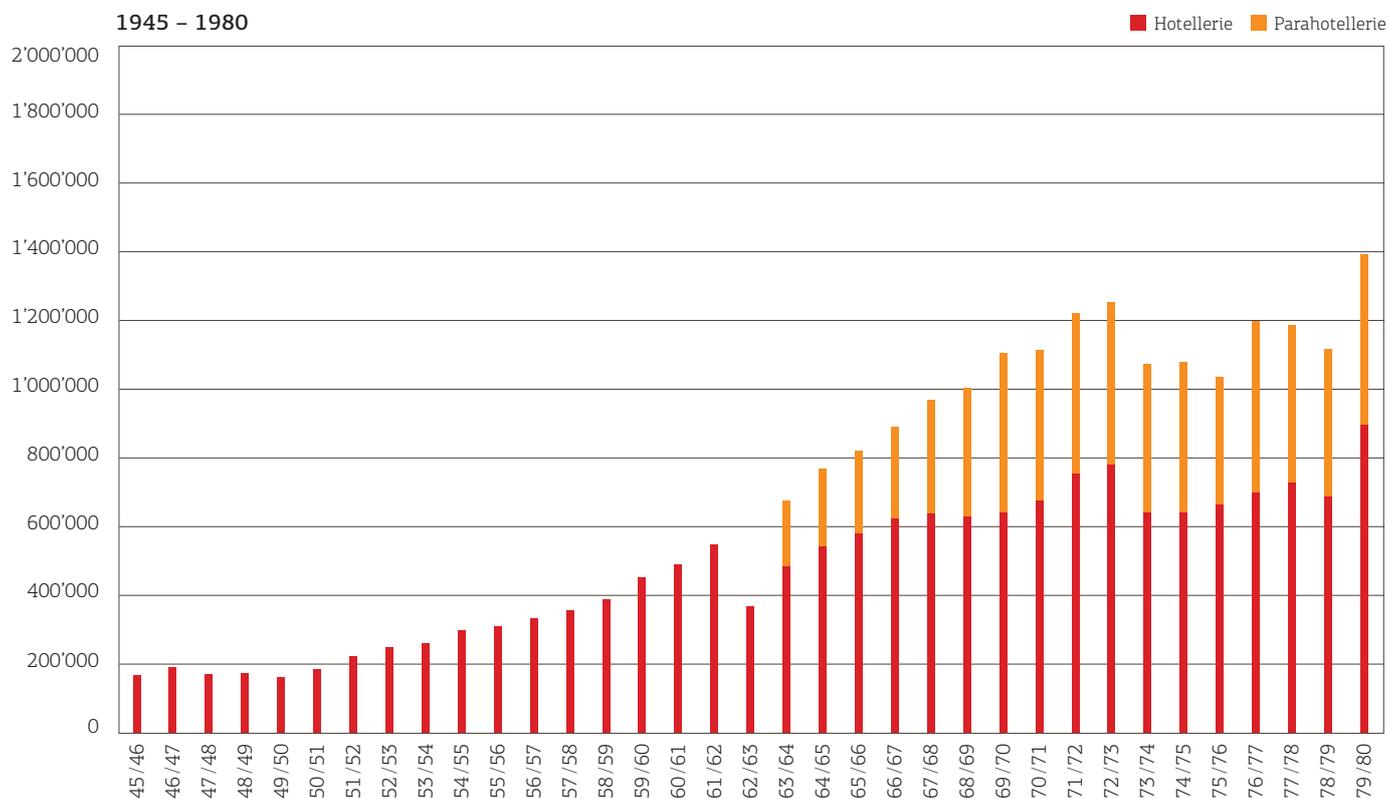


Zermatt: Auslastung vorhandene Betten pro Jahr (Ferienwohnungen)



ENTWICKLUNG LOGIERNÄCHTE HOTELLERIE UND PARAHOTELLERIE.

Zermatt



«ES GIBT ORTE, DIE SIND EINZIGARTIG.»

SPOT
ANSEHEN



Zermatt. No matter what

