

JAHRESBERICHT 2015.

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 | 12 |
| 6. Gästeanimation | 13 |
| 7. Finanzen | 15 |
| 8. Eckdaten und Statistiken | 22 |



1. GRUSSWORT DES PRÄSIDENTEN.



Hans-Jörg Walther
Präsident Zermatt Tourismus

Sehr geehrte Mitglieder von Zermatt Tourismus

Die Destination Zermatt – Matterhorn zeigte sich im vergangenen Geschäftsjahr im besten Licht. Das Jubiläum «150 Jahre Erstbesteigung Matterhorn» erhielt weltweite Aufmerksamkeit. Die Medien präsentierten Matterhorn-Geschichten auf der ganzen Welt und bescherten Zermatt eine nie dagewesene Medienpräsenz. Hinter dieser starken Ausstrahlungskraft steht die harte Arbeit der Leistungsträger. Sie haben gezeigt, dass sie am selben Strick ziehen können. Dank dieser Zusammenarbeit war die Sommersaison 2015 durch und durch die gekonnte Inszenierung des alpinen Tourismus. Diese Anstrengungen werden sicherlich auch nachhaltige Wirkung haben.

Das Jubiläumsjahr brachte auch Bewegung in die Gästesegmente. Völlig neue Gäste aus nah und fern strömten nach Zermatt. Und plötzlich genossen, dank der Stammgästepflege der Beherberger, auch treue Wintergäste den alpinen Sommer von Zermatt. Das alles ist äusserst erfreulich. Allerdings sieht sich der Schweizer Tourismus weiterhin grossen Herausforderungen gegenüber – das ist weniger erfreulich. Der starke Franken hängt wie ein Damoklesschwert über der Schweizer Tourismuswelt. Eine Erholung der schwachen Währungen Euro, Rubel und Yen ist nicht in Sicht.

In einem schwierigen Umfeld tut es manchmal gut, sich an Altbewährtes zu erinnern. Zum Beispiel an den Wert der Gemeinschaft. Die Einwohner der früheren Bergkommunen haben zusammengehalten und gemeinsam an ihrem Dorf und der umliegenden Landschaft gearbeitet. Die Leistungsträger und die Zermatter Bevölkerung haben bewiesen, dass sie es noch immer können, auch nach 150 Jahren Tourismus. Also: weiter so!

Chars saluds

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'HJ Walther', written in a cursive style.

Hans-Jörg Walther

2. ORGANISATION VON ZERMATT TOURISMUS.

Stand 31.10.2015

| Delegierte / Name | Titel | Vertreter | Zugehörigkeit |
|---------------------|---------------|------------------------------|---------------|
| Hans-Jörg Walther | Präsident | Hotellerie | Vorstand |
| Markus Hasler | Vizepräsident | Bahn - ZBAG | Vorstand |
| Daniel F. Lauber | | Hotellerie | Vorstand |
| Fernando Clemenz | | Burgergemeinde Zermatt | Vorstand |
| Fernando Lehner | | Bahn – MGB/GGB | Vorstand |
| Paul Summermatter | | Randa / Täsch | Vorstand |
| Romy Biner-Hauser | | Einwohnergemeinde Zermatt | Vorstand |
| Susi Wicki-Perren | | Ferienwohnungen | Vorstand |
| Ted Mate | | Gewerbe | Vorstand |
| Andreas Biner | | Burgergemeinde Zermatt | Delegierter |
| Christoph Imboden | | Täsch | Delegierter |
| Daniel Roten | | Randa | Delegierter |
| 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 |
| Kurt Lauber | | Bergführer | Delegierter |
| Manfred Julen | | Gewerbe | Delegierter |
| Philipp Perren | | freies Aktivmitglied | Delegierter |
| Ralph Schmidhalter | | Skischule | Delegierter |
| Sebastian Metry | | Hotellerie | Delegierter |
| Susanne Biner | | Ferienwohnungen | Delegierte |
| Willy Lingg | | Gastronomie | Delegierter |
| Revisionsstelle | | Treuhand Eggen Karl, Zermatt | |







Team Zermatt Tourismus 2015

3. VORSTANDSARBEITEN UND DIREKTION.

Organisation des Vorstandes

An der Generalversammlung vom 4. Februar 2015 fanden Gesamterneuerungswahlen des Delegiertenrates statt. Vier Mitglieder haben demissioniert. Sie wurden durch folgende Personen ersetzt: Sebastian Metry (Hotelier Verein Zermatt), Daniel Roten (Gemeinde Randa), Kurt Lauber (Bergführerverein Zermatt). Der Sitz des freien Aktivmitglieds blieb mangels Kandidatur leer. Der Delegiertenrat hat neu 24 Mitglieder. In der konstituierenden Sitzung hat er die Mitglieder des Vorstandes ohne Mutationen bestätigt und sich im laufenden Geschäftsjahr an zwei weiteren Versammlungen über die Aktivitäten von Zermatt Tourismus informiert und seine Anliegen vorgebracht. Der Vorstand hat Hans-Jörg Walther als Präsident und Markus Hasler als Vizepräsident bestätigt. An der Generalversammlung wurden zudem Thomas Sterchi und Marco Godat für ihre Verdienste mit dem Zermatt Unplugged zu Ehrenmitgliedern ernannt.

Zusammenarbeit mit den Gemeinden

Gleich mehrere Themen wurden zwischen dem Vorstand Zermatt Tourismus und den politischen Gemeinden der Destination behandelt. Im Vordergrund standen die langjährigen Leistungsvereinbarungen zwischen den Gemeinden und Zermatt Tourismus. Darin ist unter anderem die Rückführung eines Teils der Kurtaxe zwecks Erstellung und Unterhalt der Infrastruktur geregelt. Die Verträge wurden auf die Aktualität und Gesetzeskonformität überprüft und im aktuellen Zustand belassen. Die Gemeinde Zermatt hat den Einsatz der zusätzlichen Gelder durch die Kurtaxenerhöhung mit den Partnergemeinden geregelt: diese werden gemeinsam für Tourismusprojekte in der Destination eingesetzt.

Die Umsetzung des Dreistufenplans, welcher zum Ziel hat, Synergien zwischen der Gemeinde und Zermatt Tourismus im Bereich der Administration zu nutzen, wurde auf 2017 verschoben.

Zusätzlich ging es um die Loipe Matterhorn: der Vorstand hat beschlossen, den Beitrag von CHF 20'000 zur Erstellung und Unterhalt der Loipe gemäss den gültigen Verträgen auch künftig ins Budget von Zermatt Tourismus zu integrieren. Der Vorstand hat weiter beschlossen, dass zukünftig das Marketing für die Destination als Gesamtes vorgenommen werden soll.

Die Gemeinden Täsch und Randa delegieren den Anspruch auf einen Sitz im Vorstand von Zermatt Tourismus an die Einwohnergemeinde Zermatt. Dieser Anspruch ist durch Änderungen im kantonalen Tourismusgesetz entstanden.

Events / Event-Pool

Der Event-Pool, welcher durch Zermatt Tourismus und die Gemeinde Zermatt gespiesen wird, hat erneut zahlreiche Events finanziell, mit Manpower und mit Kommunikationsleistungen unterstützt. Insgesamt wurden Leistungen in der Höhe von CHF 680'200 vergeben. Zudem hat sich Zermatt Tourismus mit CHF 1'854'000 am Jubiläum «150 Jahre Erst-

besteigung Matterhorn» beteiligt. Der Vertrag mit dem Zermatt Unplugged wurde um drei Jahre bis 2018 verlängert. Mit dem Zermatt Unplugged Kaufleuten in Zürich wurde zudem ein weiterer Anlass als Marketinginstrument für die Winterdestination Zermatt – Matterhorn aufgenommen. Auf Antrag des Hotelier Vereins Zermatt und der Gemeinde Zermatt wird Zermatt Tourismus zukünftig die Eventkoordination für die Destination übernehmen. An gleicher Stelle ist auch das Partnerschaftsmanagement angegliedert. Diese Stelle ist für die Akquisition und Betreuung der Destinationspartner zuständig.

e-Fitness

Das Projekt e-Fitness hat zum Ziel, die Performance der Leistungsträger der Destination im Bereich e-Marketing, Online-Distribution und Social Media zu verbessern. Das Interesse war von Anfang an hoch. Mit der HES-SO und ritzy* Weiterbildungen konnten zwei starke Know-How-Partner gewonnen werden. Die Raiffeisenbank Mischabel-Matterhorn unterstützt das über mehrere Jahre aufgezogene Weiterbildungsprogramm als «Presenting-Partner».

150 Jahre Erstbesteigung Matterhorn

Zermatt Tourismus übernahm in der Organisation der Feierlichkeiten anlässlich des Jubiläums eine tragende Rolle. Nebst der Gesamtprojektleitung durch den Kurdirektor Daniel Luggen wurde auch die Kommunikation, die Medienarbeit und zum Schluss auch das Partnerschaftsmanagement – die Akquisition und Betreuung der Partner – übernommen. Zudem stellte Zermatt Tourismus bei vielen Projekten in der Jubiläumswoche die Projektleitung, so zum Beispiel beim «Walk of Climb», dem «Tag der Stille», dem Tag «Be our Guest» oder auch beim offiziellen Jubiläums-Dinner im Grand Hotel Zermatterhof. Zusätzlich betrieb Zermatt Tourismus den Pop-up-Store auf der Matterhorn Plaza.

Personelles

Der Abgang des langjährigen Leiters Marketing Marc Scheurer machte die Wahl einer neuen Person für diese wichtige Funktion notwendig. Mit Janine Imesch aus Täsch konnte eine kompetente Person in den eigenen Reihen gefunden werden. Der Vorstand von Zermatt Tourismus hat zudem dem Kurdirektor ein Doppelmandat bewilligt: nebst den Aufgaben für Zermatt Tourismus übernahm er die Gesamtprojektleitung der Jubiläumsfeierlichkeiten «150 Jahre Erstbesteigung Matterhorn».

Neue Marketingstrategie

Der Vorstand von Zermatt Tourismus hat die neue Ausrichtung des Marketings genehmigt. Diese fokussiert anstatt auf geografische Märkte neu auf präzise definierte Zielgruppen. Die Umstellung hat weitreichende Auswirkungen auf die einzusetzenden Marketinginstrumente sowie das Organigramm von Zermatt Tourismus.

4. MARKETING.

Nachhaltige Projekte im Geschäftsjahr waren sicherlich der Schweizer Ferientag wie auch der Switzerland Travel Mart, welche beide in der Destination stattfanden. Die Lancierung des e-Fitness Projekts, Optimierungen bei der Webseite www.zermatt.ch und eine Stärkung der Social Media Kanäle sind weitere Meilensteine des Geschäftsjahres. Die Investitionen wurden wie bereits im letzten Jahr anhand der Destinationsstrategie «Zermatt – Matterhorn 2018» geplant und durchgeführt.

Werbekampagne

Die Werbekampagne «Es gibt Orte, die sind einzigartig» wurde im dritten Jahr nochmals verfeinert und besonders für die Winterwerbung eingesetzt. Durch Angebots-Pauschalen wie Hike Active, Ski Active und Skitest wurde jede der drei Kampagnenwellen noch attraktiver. Zahlreiche Wander-, Genuss- und Ski-Begeisterte haben ihren Aufenthalt gebucht. Im Werbemix wurden folgende Kanäle berücksichtigt: TV-Spots, Online, ePanels, Plakate, Landing Pages. Dank den gemeinsamen Mitteln der Zermatt Bergbahnen AG, des Hotelier Vereins Zermatt und Zermatt Tourismus konnte die Kampagne erfolgreich realisiert werden.



Online Werbung auf hochfrequentierten Seiten & Aussenwerbung an bestfrequentierten Orten

e-Marketing

Damit der Gast seinen Aufenthalt noch einfacher planen kann, sind zahlreiche Angebote und Erlebnisse online buchbar. Ausserdem steht ein Online-Souvenirshop zur Verfügung. Durch Suchmaschinen-Optimierung wird die Homepage www.zermatt.ch laufend überarbeitet und verbessert. Aufgrund der zunehmenden Relevanz von Social Media Kanälen in der Kommunikation ist die Destination neben Facebook und Twitter neu auch bei Instagram aktiv.



e-Fitness

Mit dem neu lancierten Projekt e-Fitness können sich die Leistungsträger gesamtheitlich im Bereich der digitalen Kommunikation weiterbilden. Jeder Leistungsträger in der Destination hat die Chance mitzuwirken und die Entwicklung im digitalen Marketing, in der Online-Distribution und im digitalen Kundenservice voranzutreiben. Wirtschaftlicher Erfolg und Wettbewerbsfähigkeit durch Gewinnung und Bindung von Gästen sind die Hauptziele.

Märkte

- Schweizer Ferientag

Im April fand der Schweizer Ferientag von Schweiz Tourismus in der Destination statt. Dies ist die wichtigste jährliche Branchen-Veranstaltung mit rund 1'500 Teilnehmern aus der gesamten Schweiz. Der Anlass gilt als Plattform für das internationale Marketing. Mit hochkarätigen Referenten wurden globale Fragen thematisiert und praxisbezogene Themen durch Foren, Podiumsdiskussionen und Interviews behandelt. Unter den Teilnehmern befanden sich Vertreter aus verschiedenen Destinationen, Dachorganisationen, Ausbildungsinstituten sowie aus den Bereichen Transport, Unterkunft, Gastronomie, Kultur und Freizeit. Das neue Konzept mit den diversen Breakout Sessions fand in Zermatt den perfekten Austragungsort.

- Switzerland Travel Mart (STM)

Die wichtigste Incoming-Veranstaltung des Schweizer Tourismus fand im September statt. Während der Veranstaltung trafen rund 530 ausgewählte Einkäufer aus den wichtigsten Märkten auf 360 Schweizer Anbieter und lernten das Produkt sowie das Angebot Schweiz vor Ort kennen. Während dem Gastgeberabend entdeckten die Reiseveranstalter die Angebote der Destination. Zusätzlich nahmen internationale Fachmedien-Vertreter an einer speziellen Medienkonferenz teil und sorgten somit für weltweite Präsenz der Destination.

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

Leistungsträger besuchen den STM



Medienarbeit / Reisefachbetreuung

Eine der Hauptaufgaben von Zermatt Tourismus ist die Betreuung von Fachpersonen im Bereich Medien und Reiseagenten in der Destination. Dank der Erfahrung und der Flexibilität des Marketing Teams von Zermatt Tourismus konnten diese erneut professionell und auf ihre Bedürfnisse zugeschnitten betreut werden.

Ankünfte nach Länder in der Destination

vom 01. November 2014 – 31. Oktober 2015

| Journalisten | | Reisefachleute | | Wettbewerbe & VIP | |
|------------------------------|------------|-----------------|------------|-------------------|-----------|
| nach Land | Anzahl | nach Land | Anzahl | nach Land | Anzahl |
| Australien | 5 | Australien | 14 | China | 4 |
| Belgien | 7 | Brasilien | 9 | Deutschland | 7 |
| Brasilien | 19 | China | 27 | Frankreich | 2 |
| Chile | 1 | Deutschland | 25 | Grossbritannien | 2 |
| China | 28 | Frankreich | 2 | Italien | 1 |
| Dänemark | 3 | Grossbritannien | 22 | Japan | 5 |
| Deutschland | 90 | Indien | 8 | Russland | 4 |
| Finnland | 2 | Israel | 6 | Schweden | 2 |
| Frankreich | 25 | Japan | 15 | Schweiz | 58 |
| Grossbritannien | 29 | Kanada | 1 | Türkei | 2 |
| Indien | 7 | Malaysia | 10 | 10 | 87 |
| Indonesien | 13 | Niederlande | 13 | | |
| Italien | 31 | Österreich | 1 | | |
| Japan | 47 | Russland | 80 | | |
| Kanada | 13 | Saudi-Arabien | 5 | | |
| Lettland | 6 | Schweden | 10 | | |
| Malaysia | 7 | Schweiz | 8 | | |
| Niederlande | 10 | Singapur | 5 | | |
| Norwegen | 4 | Slowenien | 2 | | |
| Österreich | 27 | Spanien | 13 | | |
| Polen | 6 | Südafrika | 6 | | |
| Russland | 27 | Südkorea | 1 | | |
| Schweden | 8 | Taiwan | 31 | | |
| Schweiz | 190 | Thailand | 9 | | |
| Spanien | 12 | Ukraine | 5 | | |
| Südkorea | 42 | USA | 32 | | |
| Taiwan | 12 | International | 489 | | |
| Thailand | 12 | 27 | 849 | | |
| Tschechische Republik | 8 | | | | |
| Ukraine | 1 | | | | |
| Ungarn | 3 | | | | |
| USA | 81 | | | | |
| Vereinigte Arabische Emirate | 6 | | | | |
| International | 27 | | | | |
| 34 | 809 | | | | |

150 JAHRE ERSTBESTEIGUNG MATTERHORN

Die Aktivitäten von Zermatt Tourismus standen im Berichtsjahr voll und ganz im Zeichen des Jubiläums. Destinationsübergreifend wurden verschiedene Projekte und Events lanciert. Als tragende Projekte standen der Umbau der Hörnhütte zum Base Camp Matterhorn, das Freilichttheater «The Matterhorn Story» auf dem Riffelberg sowie die Jubiläumswoche mit zahlreichen Events im Vordergrund. Ergänzt wurden diese Projekte mit einer Vielfalt von weiteren Anlässen und Aktivitäten.

Der vom Gemeinderat Zermatt einberufene Steuerungsausschuss hatte sich eine Reihe von Zielen gesetzt. Er setzte sich zusammen aus Christoph Bürgin (Gemeindepräsident), Andreas Biner (Bürgerpräsident), Hans-Jörg Walther (Präsident Zermatt Tourismus), Hermann Biner (Delegierter Bergführerverein Zermatt) und Daniel F. Lauber (Vorstand Hotelier Verein Zermatt) sowie dem Gesamtprojektleiter Daniel Luggen. So sollten die Feierlichkeiten die grösstmögliche Aufmerksamkeit für Zermatt und das Matterhorn erreichen, den Traditionen und der Kultur der einheimischen Bevölkerung treu bleiben und möglichst nachhaltige Projekte und Auswirkungen erzeugen.

Mit einer für Zermatt nie dagewesenen Präsenz in den internationalen Medien ist es gelungen, die Aufmerksamkeit im Sommer 2015 auf das Matterhorn zu lenken. Unter der

Leitung der Medienverantwortlichen Edith Zweifel gelang es, über 550 Journalisten nach Zermatt zu bringen. Weltweit wurden zudem bei zehn ausländischen Medienkonferenzen 300 Journalisten zum Thema sensibilisiert. Auch im Bereich Social Media erzielte das Jubiläum astronomische Besucherzahlen: das Bild der Lichterkette am Matterhorn, welches allabendlich während kurzer Zeit zu beobachten war, hat sich zum «Big Picture» der Jubiläumsfeierlichkeiten entwickelt.

Die enge Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus hat in drei Grossevents – dem Schweizer Ferientag, der internationalen Medienreise und dem Switzerland Travel Mart – gegipfelt. Sie haben die Destination Zermatt in der Tourismusbranche nachhaltig als Top Ferien- und Event-Ort positioniert.

Das Jubiläum hat die Destination zusammengeschweisst: ohne die übergreifende Zusammenarbeit wäre es nicht möglich gewesen, die vielen Anlässe und Projekte zu stemmen. Viele Stammgäste haben Zermatt zum ersten Mal im Sommer besucht und waren vom Angebot und von dem Ambiente begeistert. Zermatt hat dafür viele Komplimente von aussen geerntet. Der Gewinn des prestigeträchtigen «Milestone», dem Schweizer Tourismuspreis, war der verdiente Lohn für das Engagement der ganzen Bevölkerung.





Das Grab des unbekannt Bergsteigers. Eine Gedenkstätte für verunglückte Bergsteiger.



Die Hörnlihütte, heute neu «Base Camp Matterhorn», zog am 14. Juli zahlreiche VIPs zur Eröffnung an.



Der 14. Juli als 150. Jahrestag der Erstbesteigung mit vier Toten war der «Tag der Stille» am Matterhorn. Obwohl Polizisten bereitstanden, war es nicht notwendig, Alpinisten vom Berg zu holen.



Das Freilichttheater «The Matterhorn Story» von Livia Anne Richard brachte während der Sommermonate zahlreiche Zuschauer auf den Riffelberg (2'600 m), um in Anbetracht des echten Matterhorns die Erstbesteiger-Geschichte mit zu erleben. Ein Highlight mit 19'000 Besuchern und internationaler Ausstrahlung.



Ein emotionaler Moment: Einweihung des «Walk of Climb». Die neun Plaketten zeigen die Namen von Vater und Sohn Peter und Peter Taugwalder, Michel August Croz, Edward Whymper, Charles Hudson, Francis Douglas, Douglas Robert Hadow, Jean-Antoine Carrel und Jean-Baptiste Bich.



Jubiläums-Fest auf der Kirchbrücke, in Winkelmaten und in der Sportarena. Tausende Einheimische und Gäste vermischten sich, um das Jubiläum gebührend zu feiern.

5. GÄSTE INFORMATION CENTER.

Online-Buchungen

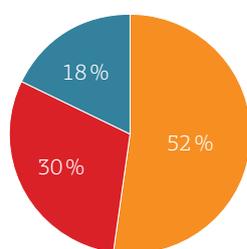
Da Ende April 2014 vom Buchungssystem Deskline auf OpenBooking gewechselt wurde, ist ein Vergleich zu den Vorjahren nicht eins zu eins möglich. Die Palette der buchbaren Angebote auf www.zermatt.ch wurde in diesem Jahr stetig erweitert.

Schalerverkauf

Der Ticketverkauf ZBAG konnte um 44% gegenüber dem Vorjahr auf CHF 1'185'627 gesteigert werden. Der Ticketverkauf GGB konnte um 96% gegenüber dem Vorjahr auf CHF 179'546 gesteigert werden. Zudem konnten für die Freilichtspiele «The Matterhorn Story» Tickets im Wert von CHF 242'901 und für das Zermatt Music Festival & Academy im Wert von CHF 10'030 verkauft werden.

Umsatz nach Verkaufskanal in CHF

Zermatt.ch Channel Manager Schalerverkauf



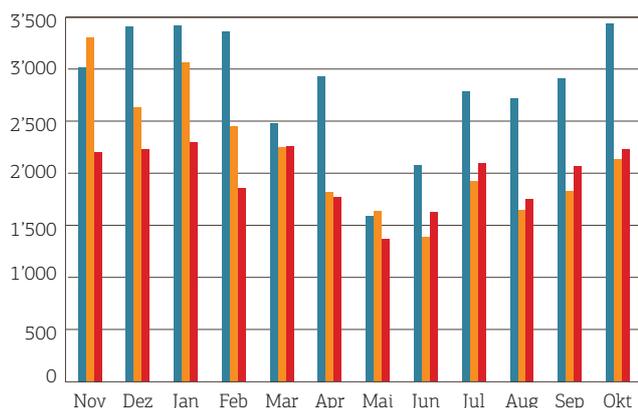
| Zermatt.ch | Channel-Manager | Schalerverkauf | Total 2015 |
|------------|-----------------|----------------|------------|
| 4'663'790 | 2'747'394 | 1'618'103 | 9'029'287 |

Die Buchungsumsätze werden jeweils am Anfang des Monats für den Vormonat ermittelt. Rückwirkende Stornierungen sind in den Umsatzzahlen nicht berücksichtigt.

ECKDATEN UND STATISTIKEN

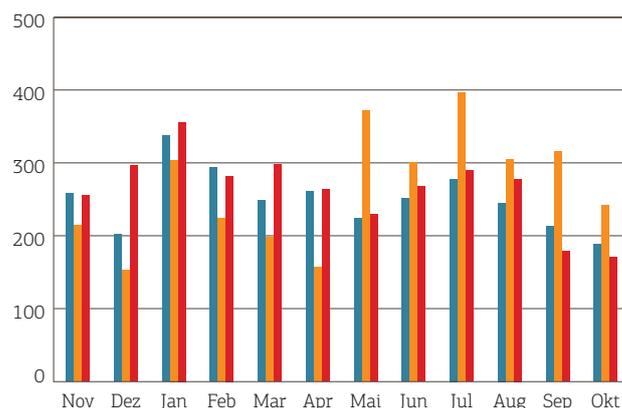
E-Mail pro Monat

2013 2014 2015



Prospektanfragen pro Monat

2013 2014 2015



Reservierbarkeit Hotellerie / Parahotellerie über Zermatt Tourismus

Im Geschäftsjahr 2014/2015 waren im Reservations-system 1'141 Wohnungen (1'069 in Zermatt, 51 in Täsch und 21 in Randa) registriert.

Es werden 959 Wohnungen (905 in Zermatt, 35 in Täsch und 19 in Randa) zur Direktreservation angeboten. Bei den Hotels werden 104 zur Direktreservation angeboten (davon 98 in Zermatt, 5 in Täsch und 1 in Randa).

Im Geschäftsjahr 2014/2015 wurden 3'165 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 Feierlichkeiten zum Jubiläum «150 Jahre Erstbesteigung Matterhorn» haben Gäste sowie Einheimische begeistert. Die inszenierten Dorfrundgänge unter der Leitung von Franz Imboden sowie die Freilichtspiele mit «The Matterhorn Story» auf Riffelberg (2'600 m) waren nur zwei der Highlights.

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. erfasst.

Während des Geschäftsjahres 2015 wurden folgende Beiträge gesprochen (CHF):

| Events | Direkt- zahlungen | Defizit- garantien | Kommunikation ZT | Sachleistungen EWG | Total |
|-----------------------------------|----------------------|-----------------------|---------------------|-----------------------|-------------------|
| Zermatt Groove Festival | 0.00 | 0.00 | 2'000.00 | 0.00 | 2'000.00 |
| Horu Trophy | 0.00 | 0.00 | 7'500.00 | 17'500.00 | 25'000.00 |
| Swatch Skiers Cup | 10'000.00 | 0.00 | 7'500.00 | 0.00 | 17'500.00 |
| Matterhorn Ultraks Skialp & Trail | 43'200.00 | 0.00 | 15'000.00 | 32'500.00 | 90'700.00 |
| Zermatt Unplugged | 50'000.00 | 0.00 | 5'000.00 | 117'000.00 | 172'000.00 |
| Gornergrat Fest | 0.00 | 0.00 | 7'500.00 | 0.00 | 7'500.00 |
| Bezirksmusikfest * | 0.00 | 5'000.00 | 0.00 | 19'000.00 | 24'000.00 |
| Gornergrat-Zermatt Marathon | 30'000.00 | 0.00 | 7'500.00 | 10'000.00 | 47'500.00 |
| Zermatt Invites you | 1'500.00 | 0.00 | 1'000.00 | 0.00 | 2'500.00 |
| Matterhorn Eagle Cup * | 0.00 | 3'000.00 | 7'500.00 | 2'000.00 | 12'500.00 |
| Pimp up your Score ** | 4'500.00 | 0.00 | 7'500.00 | 0.00 | 12'000.00 |
| Täschalplauf | 2'000.00 | 0.00 | 7'500.00 | 0.00 | 9'500.00 |
| Nationalfeiertag | 30'000.00 | 0.00 | 7'500.00 | 30'000.00 | 67'500.00 |
| Swiss Food Festival | 10'000.00 | 0.00 | 7'500.00 | 14'000.00 | 31'500.00 |
| Folklore Festival Zermatt * | 0.00 | 5'000.00 | 7'500.00 | 25'500.00 | 38'000.00 |
| Zermatt Music Festival & Academy | 65'000.00 | 0.00 | 7'500.00 | 2'500.00 | 75'000.00 |
| Schäferfest | 2'000.00 | 0.00 | 7'500.00 | 3'500.00 | 13'000.00 |
| Perskindol Swiss Epic | 10'000.00 | 0.00 | 7'500.00 | 15'000.00 | 32'500.00 |
| Total | 258'200.00 | 13'000.00 | 120'500.00 | 288'500.00 | 680'200.00 |

* Die Defizitgarantie wurde bis Ende des Geschäftsjahres 2015 nicht beansprucht.

** Der Event wurde nicht durchgeführt.

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 und 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. Die Veranstalter haben weiterhin die Möglichkeit Anträge zur Unterstützung aus dem Event-Pool zu stellen. Auch das Vergabegremium besteht weiterhin aus dem Vorstand von Zermatt Tourismus, jedoch hat die Gemeinde ein Vetorecht.

Auszug aus dem Eventkalender 2015

| Datum | Event | Organisator | Aufgaben Zermatt Tourismus |
|------------------------|--|---------------------------------|---|
| 30.11.2014 | Weihnachtsbaum Einweihungsfest | Gewerbeverein Zermatt | Koordination & Sekretariat |
| 15. – 18.01.2015 | Horu Trophy Zermatt | Curling Club Zermatt | Unterstützung & Werbung |
| 21. – 27.02.2015 | Swatch Skiers Cup | Swatch Skiers Cup | Unterstützung & Werbung vor Ort |
| 21.03.2015 | Matterhorn Ultraks - Skialp | DONE SA | Unterstützung & Werbung vor Ort |
| 14. – 18.04.2015 | Zermatt Unplugged | Tom Talent | Unterstützung & Werbung vor Ort |
| 05. – 06.06.2015 | Kantonales Bergführer- & Gornergratfest | Alpin Center Zermatt | Unterstützung & Werbung vor Ort |
| 13. – 14.06.2015 | Bezirksmusikfest | Musikgesellschaft Matterhorn | Unterstützung & Werbung vor Ort |
| 09.07. – 29.08.2015 | Zermatter Freilichtspiele | Freilichtspiele Zermatt | Unterstützung & Werbung vor Ort |
| Sommer 2015 | Jubiläumsfeierlichkeiten 150 | Diverse | Koordination, Organisation & Durchführung |
| 04.07.2015 | Gornergrat-Zermatt Marathon | Zermatt Marathon | Werbung vor Ort |
| 19.07.2015 | Täschalplauf mit Älplerfest | Gemeinde Täsch | Werbung |
| 25.07.2015 | Matterhorn Eagle Cup | Matterhorn Eagle Cup | Werbung |
| 01.08.2015 | Nationalfeiertag | Zermatt Tourismus | Planung, Organisation & Durchführung |
| 07. – 09.08.2015 | Swiss Food Festival Extended | Swiss Food Festival | Unterstützung & Werbung vor Ort |
| 09.08.2015 | Folklore Festival Zermatt | Gewerbeverein Zermatt | Koordination & Sekretariat |
| 22.08.2015 | Matterhorn Ultraks - Trail | DONE SA | Unterstützung & Werbung vor Ort |
| 11. – 20.09.2015 | Zermatt Music Festival & Academy | Stiftung Zermatt Festival | Unterstützung & Werbung vor Ort |
| 12. – 13.09.2015 | Schäferfest | Zermatt Tourismus | Planung, Organisation & Durchführung |
| 14. – 19.09.2015 | Perskindol Swiss Epic | Perskindol Swiss Epic | Unterstützung & Werbung vor Ort |



7. FINANZEN.

Allgemeines

Die Jahresrechnung 2015 weist einen Ertrag von CHF 8'371'801.72 und einen Aufwand von CHF 8'371'322.79 auf, was einen Erfolg von CHF 478.63 ergibt. Erfreulich ist die Entwicklung bei der Direktreservation. Hier konnten CHF 117'418.29 mehr Einnahmen als budgetiert generiert werden. Bei den Kurtaxen wurde zu optimistisch budgetiert. Die Erwartungen konnten nicht erreicht werden: CHF -147'575.39.

Tourismusförderungstaxe (TFT)

Die Einnahmen stellen sich wie folgt zusammen:

| | | | |
|-----------------------------|------------|------------------|-----------------|
| Hotellerie | CHF | 629'250 | 26.76 % |
| Ferienwohnungen | CHF | 415'786 | 17.70 % |
| Bahnen | CHF | 237'429 | 10.11 % |
| Restaurant | CHF | 229'757 | 9.78 % |
| Baugewerbe | CHF | 197'280 | 8.40 % |
| Handel / Getränke | CHF | 130'800 | 5.57 % |
| Beratung / Freie Berufe | CHF | 90'593 | 3.86 % |
| Sportgeschäfte / Ski-Depot | CHF | 66'334 | 2.82 % |
| Transportgewerbe | CHF | 58'097 | 2.47 % |
| Nahrungs- + Genussmittel | CHF | 42'937 | 1.83 % |
| Skilehrer / Skischulbüro | CHF | 40'760 | 1.73 % |
| Banken | CHF | 34'460 | 1.47 % |
| Immobilienhandel | CHF | 25'574 | 1.09 % |
| Bekleidung, Schuhe | CHF | 24'949 | 1.06 % |
| Apotheken / Drogerien | CHF | 16'602 | 0.71 % |
| Unterricht | CHF | 15'490 | 0.66 % |
| Freiwillige | CHF | 14'890 | 0.63 % |
| Reparaturgewerbe | CHF | 13'830 | 0.59 % |
| Elektronik / Optik | CHF | 13'557 | 0.58 % |
| Uhren, Bijouterie | CHF | 13'162 | 0.56 % |
| Gesundheitswesen | CHF | 6'612 | 0.28 % |
| Coiffeur, Kosmetik, Reinig. | CHF | 6'596 | 0.28 % |
| Energie / Wasser | CHF | 6'441 | 0.27 % |
| Reisebüro | CHF | 6'306 | 0.27 % |
| Versicherungen | CHF | 3'960 | 0.17 % |
| Bergführer, Wanderleiter | CHF | 3'830 | 0.16 % |
| Radio / TV | CHF | 2'471 | 0.11 % |
| Druck und Grafik | CHF | 1'790 | 0.08 % |
| Total | CHF | 2'349'543 | 100.00 % |

Die TFT wurde wie folgt verwendet:

Ausgaben für Marketingzwecke

| | | |
|-----------------------|------------|------------------|
| Marketing | CHF | 3'270'581 |
| Event-Pool | CHF | 150'000 |
| Total Ausgaben | CHF | 3'420'581 |

Einnahmen für Marketingzwecke

| | | |
|---------------------------|------------|------------------|
| TFT | CHF | 2'349'543 |
| Mitgliederbeiträge | CHF | 57'300 |
| Gemeinde Zermatt | CHF | 100'000 |
| Direktreservation | CHF | 367'418 |
| Auflösung Rückstellungen | CHF | 200'000 |
| Sponsoring | CHF | 147'065 |
| Merchandising | CHF | 31'854 |
| Ausserordentlicher Ertrag | CHF | 246'197 |
| Total Einnahmen | CHF | 3'499'377 |
| Saldo | CHF | +78'796 |

Folgende auswärtige Betriebe haben die Tourismusförderungstaxe freiwillig bezahlt:

- Anton Fercher AG
- Atelier Ruppen
- Bringhen AG
- Fritz Schumacher AG
- Getaz Romang AG
- Grande Dixence SA
- Interserv AG
- Inter-Translations SA
- Krummenacher AG
- Lauber IWISA
- Mengis Druck und Verlag
- Möbel SIZ
- OCOM AG
- Schenker-Storen AG
- Valmedia AG
- Werner Fercher AG
- Werner Isolierwerk AG
- Wilken AG

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

Kurtaxen Hotellerie

Der Winter konnte sich gegenüber dem Vorjahr nicht halten. Ab dem März war die Eurokrise spürbar (-8'627 Logiernächte). Hingegen entwickelte sich der Sommer sehr erfreulich, dies sicher auch dank den Jubiläumsfestivitäten (+9'767 Logiernächte). Das Jahr verzeichnete ein kleines Plus von 1'140 Logiernächten oder 0.09%.

Kurtaxen Parahotellerie

In der Parahotellerie verlief der Winter hingegen besser (+5'549 Logiernächte, +1.7%). Im Sommer konnten, trotz den Jubiläumsfestivitäten, die Logiernächte des Vorjahrs (grosse Auslastung durch Swiss Orienteering Week) nicht erreicht werden (-5'909 Logiernächte, -3.9%). Der Sommer bescherte den Hütten wieder mehr Gäste (+12'265 Logiernächte, +12.1%).

Budget 2016

Die Einnahmen 2016 reduzieren sich um CHF -294'000 auf CHF 8'108'000. Mehreinnahmen erwarten wir bei den Kurtaxen. Der budgetierte Gewinn beträgt CHF 4'000.

BILANZ 2015

| | 2015 CHF | % | 2014 CHF | % |
|--|---------------------|---------------|---------------------|---------------|
| AKTIVEN | | | | |
| UMLAUFVERMÖGEN | | | | |
| Kassa | 9'617.65 | | 5'152.05 | |
| Postkonto | 10'588.20 | | 32'905.66 | |
| UBS AG | 59'478.07 | | 75'798.56 | |
| WKB (Direktreservation) | 54'126.09 | | 32'237.07 | |
| Raiffeisenbank | 152'514.58 | | 88'229.83 | |
| Flüssige Mittel | 286'324.59 | 13.60 | 234'323.17 | 12.90 |
| Debitoren Allgemein | 201'194.40 | | 169'831.30 | |
| Debitoren Kurtaxen | 599'433.50 | | 626'994.65 | |
| Debitoren Tourismusförderungstaxe | 34'137.80 | | 16'531.65 | |
| Debitoren Kreditkarten | 23'758.35 | | 0.00 | |
| Forderungen aus Lieferungen u. Leistungen | 858'524.05 | 40.70 | 813'357.60 | 44.90 |
| Verrechnungssteuer | 963.97 | | 2'057.16 | |
| Debitor MWST | 8'277.92 | | 5'526.95 | |
| Übrige kurzfristige Forderungen | 9'241.89 | 0.40 | 7'584.11 | 0.40 |
| Vorräte | 35'000.00 | 1.70 | 34'000.00 | 1.90 |
| Aktive Rechnungsabgrenzungen | 233'360.00 | 11.10 | 19'483.13 | 1.10 |
| Total Umlaufvermögen | 1'422'450.53 | 67.50 | 1'108'748.01 | 61.20 |
| ANLAGEVERMÖGEN | | | | |
| UBS Wertschriftendepot | 26'852.00 | | 21'854.00 | |
| Golf Mischabel AG | 1.00 | | 1.00 | |
| Finanzanlagen | 26'853.00 | 1.30 | 21'855.00 | 1.20 |
| Stiftung Alpines Museum | 1.00 | | 1.00 | |
| Pavillon Eisbahn | 1.00 | | 1.00 | |
| Neues Verkehrsbüro | 657'213.34 | | 682'213.34 | |
| Sachanlagen | 657'215.34 | 31.20 | 682'215.34 | 37.60 |
| Total Anlagevermögen | 684'068.34 | 32.50 | 704'070.34 | 38.80 |
| Total Aktiven | 2'106'518.87 | 100.00 | 1'812'818.35 | 100.00 |

BILANZ 2015

| | 2015 CHF | % | 2014 CHF | % |
|---|---------------------|---------------|---------------------|---------------|
| PASSIVEN | | | | |
| FREMDKAPITAL | | | | |
| Verbindlichkeiten aus Lieferungen u. Leistungen | 1'107'982.04 | 52.60 | 930'711.04 | 51.30 |
| Kurzfristige verzinsliche Verbindlichkeiten | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| Kreditor MwSt | 26'890.72 | | 36'153.79 | |
| Kreditoren Direktreservation | 28'598.20 | | 0.00 | |
| Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten | 55'488.92 | 2.60 | 36'153.79 | 2.00 |
| Passive Rechnungsabgrenzungen | 791'650.14 | 37.60 | 495'034.38 | 27.30 |
| Kurzfristiges Fremdkapital | 1'955'121.10 | 92.80 | 1'461'899.21 | 80.60 |
| Langfristiges Fremdkapital | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| Rückstellungen Allgemein | 87'000.00 | | 287'000.00 | |
| Total Langfristiges Fremdkapital | 87'000.00 | 4.10 | 287'000.00 | 15.80 |
| Total Fremdkapital | 2'042'121.10 | 96.90 | 1'748'899.21 | 96.50 |
| EIGENKAPITAL | | | | |
| Eigenkapital | 63'919.14 | | 63'919.14 | |
| Gewinn 2015 | 478.63 | | | |
| Total Eigenkapital | 64'397.77 | 3.10 | 63'919.14 | 3.50 |
| Total Passiven | 2'106'518.87 | 100.00 | 1'812'818.35 | 100.00 |

ERFOLGSRECHNUNG 2015

| | 2015 Abschluss | in % | 2015 Budget | in % | Diff. zu Budget 15 | 2016 Budget | in % |
|--|---------------------|--------------|---------------------|--------------|-----------------------|---------------------|--------------|
| AUFWAND | | | | | | | |
| Personal Aufwand | | | | | | | |
| Gehälter | 2'173'982.65 | | 2'180'000.00 | | -6'017.35 | 2'150'000.00 | |
| Sozialleistungen | 408'776.25 | | 405'000.00 | | 3'776.25 | 410'000.00 | |
| Schulung / Rekrutierung Personal | 10'264.97 | | 10'000.00 | | 264.97 | 20'000.00 | |
| | 2'593'023.87 | 30.98 | 2'595'000.00 | 30.77 | -1'976.13 | 2'580'000.00 | 31.84 |
| Allgemeiner Aufwand | | | | | | | |
| Verwaltung und Sitzungen | 5'977.56 | | 7'000.00 | | -1'022.44 | 7'000.00 | |
| Büromaterial | 17'657.84 | | 16'000.00 | | 1'657.84 | 16'000.00 | |
| Infrastruktur Geräte | 16'535.02 | | 15'000.00 | | 1'535.02 | 16'000.00 | |
| Infrastruktur Immob / Mob | 19'210.04 | | 19'000.00 | | 210.04 | 20'000.00 | |
| Kommunikation | 32'291.39 | | 33'000.00 | | -708.61 | 32'000.00 | |
| Die Post | 44'024.20 | | 46'000.00 | | -1'975.80 | 44'000.00 | |
| Mieten | 286'599.60 | | 285'000.00 | | 1'599.60 | 285'000.00 | |
| Energie / Wasser / Reinigung | 15'409.31 | | 17'000.00 | | -1'590.69 | 16'000.00 | |
| Zinsen / Spesen | 599.95 | | 1'000.00 | | -400.05 | 2'000.00 | |
| Versicherungen | 10'603.95 | | 11'000.00 | | -396.05 | 11'000.00 | |
| Kurtaxenkontrolle | 2'376.00 | | 3'000.00 | | -624.00 | 3'000.00 | |
| Verschiedenes | 25'166.18 | | 30'000.00 | | -4'833.82 | 30'000.00 | |
| | 476'451.04 | 5.69 | 483'000.00 | 5.73 | -6'548.96 | 482'000.00 | 5.95 |
| Informations Technologie- Management (IT) | | | | | | | |
| TOMAS | 9'885.32 | | 55'000.00 | | -45'114.68 | 10'000.00 | |
| Internet | 10'437.76 | | 10'000.00 | | 437.76 | 10'000.00 | |
| IT-Software | 13'160.19 | | 15'000.00 | | -1'839.81 | 15'000.00 | |
| IT-Hardware | 30'157.91 | | 30'000.00 | | 157.91 | 30'000.00 | |
| Verbrauch | 10'200.18 | | 7'000.00 | | 3'200.18 | 9'000.00 | |
| IT Operation Service | 50'812.76 | | 46'000.00 | | 4'812.76 | 48'000.00 | |
| | 124'654.12 | 1.49 | 163'000.00 | 1.93 | -38'345.88 | 122'000.00 | 1.51 |
| 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 | 710'000.00 | |
| Strategie 2018 Gemeinde Zermatt | 775'821.00 | | 782'000.00 | | -6'179 | 770'000.00 | |
| Langlauf Täsch-Randa | 20'000.00 | | 20'000.00 | | 0.00 | 20'000.00 | |
| Tele-Info Zermatt | 0.00 | | 21'000.00 | | -21'000 | 0.00 | |
| Wolli-Park | 20'000.00 | | 20'000.00 | | 0.00 | 20'000.00 | |
| | 1'599'321.00 | 19.10 | 1'627'000.00 | 19.29 | -27'679.00 | 1'594'000.00 | 19.67 |
| Subtotal | 4'793'450.03 | | 4'868'000.00 | | -74'549.97 | 4'778'000.00 | |

ERFOLGSRECHNUNG 2015

| | 2015 Abschluss | in % | 2015 Budget | in % | Diff. zu Budget 15 | 2016 Budget | in % |
|---|---------------------|---------------|---------------------|---------------|-----------------------|---------------------|---------------|
| AUFWAND | | | | | | | |
| Marketing | | | | | | | |
| Marktbearbeitung | 154'209.50 | | 150'000.00 | | 4209.5 | | |
| Projekt Buchungssystem | 107'568.91 | | 100'000.00 | | 7'568.91 | | |
| Verkaufsförderungsplattformen | 58'327.45 | | 50'000.00 | | 8'327.45 | | |
| Studienreisen | 80'781.08 | | 75'000.00 | | 5'781.08 | | |
| Schweiz Tourismus Mailinghouse | 5'290.32 | | 10'000.00 | | -4'709.68 | | |
| Werbung | 834'308.52 | | 827'000.00 | | 7'308.52 | | |
| Destinationsmarketing <i>(Runder Tisch)</i> | -474'164.00 | | | | | | |
| Zermatt Bergbahnen AG | 214'907.00 | | | | | | |
| Matterhorn Gotthard Bahn und Gornergrat Bahn | 83'477.00 | | | | | | |
| Hotelier Verein Zermatt | 175'780.00 | | | | | | |
| Produkte-Marketing (PM) | | | | | | | |
| PM Ski | | | | | | 760'000.00 | |
| PM Wandern | | | | | | 120'000.00 | |
| PM Bike | | | | | | 100'000.00 | |
| PM Familien | | | | | | 100'000.00 | |
| PM Matterhorn Watching | | | | | | 250'000.00 | |
| PM MICE | | | | | | 50'000.00 | |
| Projekte | | | | | | 90'000.00 | |
| Stammgäste Marketing | 61'429.00 | | 65'000.00 | | -3'571.00 | 40'000.00 | |
| Content & Medien | 275'097.24 | | 280'000.00 | | -4'902.76 | 150'000.00 | |
| e-Marketing | 220'456.39 | | 200'000.00 | | 20'456.39 | 350'000.00 | |
| Partnermarketing | 113'719.12 | | 140'000.00 | | -26'280.88 | 110'000.00 | |
| Kooperationen | | | | | | 120'000.00 | |
| Marke | | | | | | 20'000.00 | |
| Prospekte | 304'749.43 | | 300'000.00 | | 4'749.43 | 300'000.00 | |
| Beiträge tour. Institutionen | 25'078.00 | | 26'000.00 | | -922.00 | 26'000.00 | |
| 150 Jahre Jubiläum | 980'000.00 | | 980'000.00 | | 0.00 | 200'000.00 | |
| Verschiedenes | 49'566.14 | | 55'000.00 | | -5'433.86 | 80'000.00 | |
| | 3'270'581.10 | 39.07 | 3'258'000.00 | 38.62 | 12'581.10 | 2'866'000.00 | 35.35 |
| Events | | | | | | | |
| Winter | 21'098.39 | | 18'000.00 | | 3'098.39 | 20'000.00 | |
| Sommer | 91'801.19 | | 100'000.00 | | -8'198.81 | 100'000.00 | |
| Geissenkehr | 14'392.08 | | 15'000.00 | | -607.92 | 15'000.00 | |
| Event & Partnermarketing | | | | | | 150'000.00 | |
| Event-Pool | 150'000.00 | | 150'000.00 | | 0.00 | 150'000.00 | |
| | 277'291.66 | 3.31 | 283'000.00 | 3.36 | -5'708.34 | 435'000.00 | 5.37 |
| Debitorenverlust | 5'000.00 | 0.06 | 0.00 | 0.00 | 5'000.00 | 0.00 | 0.00 |
| Abschreibung Schalterhalle | 25'000.00 | 0.30 | 25'000.00 | 0.30 | 0.00 | 25'000.00 | 0.31 |
| Ausserordentlicher Aufwand | 0.00 | | 0.00 | | | 0.00 | |
| Total Aufwand | 8'371'322.79 | 100.00 | 8'434'000.00 | 100.00 | -62'677.21 | 8'104'000.00 | 100.00 |

ERFOLGSRECHNUNG 2015

| | 2015 Abschluss | in % | 2015 Budget | in % | Diff. zu Budget 15 | 2016 Budget | in % |
|----------------------------------|---------------------|---------------|---------------------|---------------|-----------------------|---------------------|---------------|
| ERTRAG | | | | | | | |
| Kurtaxen | | | | | | | |
| Hotellerie | 3'133'140.20 | | 3'300'000.00 | | -166'859.80 | 3'280'000.00 | |
| Ferienwohnungen | 1'136'098.75 | | 1'120'000.00 | | 16'098.75 | 1'150'000.00 | |
| Jahrespauschalen | 350'408.16 | | 350'000.00 | | 408.16 | 350'000.00 | |
| Camping, Massenlager | 252'777.50 | | 250'000.00 | | 2'777.50 | 250'000.00 | |
| | 4'872'424.61 | 58.20 | 5'020'000.00 | 59.75 | -147'575.39 | 5'030'000.00 | 62.04 |
| Tourismusförderungstaxe | 2'349'542.92 | 28.06 | 2'350'000.00 | 27.97 | -457.08 | 2'350'000.00 | 28.98 |
| Mitgliederbeitrag | 57'300.00 | 0.68 | 58'000.00 | 0.69 | -700.00 | 58'000.00 | 0.72 |
| Beitrag Gemeinde Zermatt | 100'000.00 | 1.19 | 100'000.00 | 1.19 | 0.00 | 100'000.00 | 1.23 |
| Direktreservation | 367'418.29 | 4.39 | 250'000.00 | 2.98 | 117'418.29 | 350'000.00 | 4.32 |
| Auflösung Rückstellungen | 200'000.00 | 2.39 | 200'000.00 | 2.38 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| Sponsoring Einnahmen | 147'065.00 | 1.76 | 154'000.00 | 1.83 | -6'935.00 | 140'000.00 | 1.73 |
| Merchandising | 31'853.48 | 0.39 | 30'000.00 | 0.35 | 1'853.78 | 30'000.00 | 0.36 |
| Ausserordentlicher Ertrag | 246'197.12 | 2.94 | 240'000.00 | 2.86 | 6'197.12 | 50'000.00 | 0.62 |
| Total Ertrag | 8'371'801.72 | 100.00 | 8'402'000.00 | 100.00 | -30'198.28 | 8'108'000.00 | 100.00 |

| | 2015 Abschluss | in % | 2015 Budget | in % | Diff. zu Budget 15 | 2016 Budget | in % |
|---|---------------------|---------|---------------------|---------|-----------------------|---------------------|---------|
| REKAPITULATION | | | | | | | |
| Total Ertrag | 8'371'801.72 | | 8'402'000.00 | | -30'198.28 | 8'108'000.00 | |
| Total Aufwand | 8'371'322.79 | | 8'434'000.00 | | -62'677.21 | 8'104'000.00 | |
| Erfolg nach Einlage in Event-Fonds | 478.63 | | -32'000.00 | | 32'478.93 | 4'000.00 | |

Anhang

- Die vorliegende Jahresrechnung wurde gemäss den Vorschriften des Schweizer Gesetzes, insbesondere der Artikel über die kaufmännische Buchführung und Rechnungslegung des Obligationenrechts (Art. 957 bis 962) erstellt.
- Zusätzliche Angaben über die Bilanz und Erfolgsrechnung sind nicht notwendig.
- Die Gesellschaft ist unter der Rechtsform eines Vereins im Handelsregister Oberwallis in Brig unter der Firma Verein Zermatt Tourismus mit Sitz in Zermatt eingetragen.
- Die Gesellschaft hat keine Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen.
- Es wurden keine Eventualverbindlichkeiten (Bürgschaften) eingegangen.
- Nach dem Bilanzstichtag sind keine wesentlichen Ereignisse eingetreten, welche die Aussagefähigkeit der Jahresrechnung beeinträchtigen könnten bzw. an dieser Stelle offengelegt werden müssten.

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 2015 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

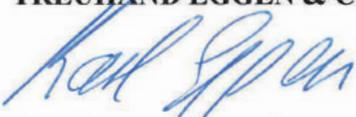
Für die Jahresrechnung ist der Vorstand verantwortlich, während meine Aufgabe darin besteht, diese zu prüfen. Ich bestätige, dass ich die gesetzlichen Anforderungen an Befähigung und Unabhängigkeit erfülle.

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, 23. Dezember 2015

TREUHAND EGGEN & CO



Karl Eggen, lic.rer.pol.
 zugelassener Revisor

8. ECKDATEN UND STATISTIKEN.

INVENTARISIERUNG ALLER WOHNUNGEN UND BETTEN

Zermatt, Täsch und Randa

Stand 30.11.2015

| | Zermatt | % | Täsch | % | Randa | % |
|-------------------------------------|--------------|---------------|------------|---------------|------------|---------------|
| WOHNUNGEN | | | | | | |
| Einheimische | | | | | | |
| Eigenbedarf | 1'225 | 18.06 | 299 | 33.30 | 151 | 43.26 |
| Miete Einheimische | 2'781 | 41.00 | 286 | 31.85 | 93 | 26.65 |
| Total Einheimische | 4'006 | 59.06 | 585 | 65.15 | 244 | 69.91 |
| Parahotellerie | | | | | | |
| Einheimische Gästevermietung | 1'203 | 17.74 | 138 | 15.37 | 39 | 11.17 |
| Zweitwohnungsbesitzer | | | | | | |
| Gästevermietung | 471 | 6.94 | 76 | 8.46 | 10 | 2.87 |
| Eigenbedarf | 1'103 | 16.25 | 99 | 11.02 | 56 | 16.05 |
| Total Zweitwohnungen | 1'574 | 23.20 | 175 | 19.48 | 66 | 18.92 |
| Total Parahotellerie | 2'777 | 40.94 | 313 | 34.85 | 105 | 30.09 |
| Total Wohnungen* | 6'783 | 100.00 | 898 | 100.00 | 349 | 100.00 |

* ohne Neubauten 2015

| | Zermatt | % | Täsch | % | Randa | % |
|---|---------------|---------------|--------------|---------------|--------------|---------------|
| BETTEN | | | | | | |
| Betten in Wohnungen (Einheimische) | | | | | | |
| Eigenbedarf | 4'372 | 14.61 | 1'017 | 27.18 | 598 | 36.07 |
| Miete Einheimische | 7'212 | 24.11 | 828 | 22.13 | 305 | 18.40 |
| Total Einheimische | 11'584 | 38.72 | 1'845 | 49.31 | 903 | 54.46 |
| Parahotellerie | | | | | | |
| Einheimische Gästevermietung | 4'489 | 15.00 | 360 | 9.62 | 134 | 8.08 |
| Zweitwohnungsbesitzer | | | | | | |
| Gästevermietung | 1'847 | 6.17 | 283 | 7.56 | 34 | 2.05 |
| Eigenbedarf | 3'963 | 13.25 | 334 | 8.93 | 207 | 12.48 |
| Total Zweitwohnungen | 5'810 | 19.42 | 617 | 16.49 | 241 | 14.54 |
| Total Betten in Wohnungen | 21'883 | 73.14 | 2'822 | 75.42 | 1'278 | 77.08 |
| Massenlager | 1'014 | 3.39 | 115 | 3.07 | 326 | 19.66 |
| Hotellerie | 7'021 | 23.47 | 805 | 21.51 | 54 | 3.26 |
| Total Betten | 29'918 | 100.00 | 3'742 | 100.00 | 1'658 | 100.00 |

LOGIERNÄCHTE NACH LÄNDERN PRO JAHR

Hotellerie und Parahotellerie in der Destination Zermatt - Matterhorn

| | Zermatt 2015 | Täsch 2015 | Randa 2015 | Total 2015 | Rang | Total 2014 | Rang | Veränd. absolut | Veränd. in % | MA* in % |
|---|------------------|----------------|---------------|------------------|------|------------------|------|--------------------|-----------------|---------------|
| * Marktanteil | | | | | | | | | | |
| LÄNDER NACH KONTINENTEN | | | | | | | | | | |
| Schweiz | 840'125 | 23'344 | 3'494 | 866'963 | | 818'297 | | 48'666 | 5.95 | 41.60 |
| Total Europa (ohne CH) | 570'091 | 43'211 | 8'616 | 621'890 | | 697'575 | | -75'685 | -10.85 | 29.85 |
| Total Asien | 164'449 | 10'601 | 1'293 | 176'371 | | 162'814 | | 13'557 | 8.33 | 8.47 |
| Total Amerika | 119'989 | 1'936 | 821 | 122'746 | | 108'093 | | 14'653 | 13.56 | 5.89 |
| Total Australien | 23'223 | 633 | 89 | 23'945 | | 24'122 | | -177 | -0.73 | 1.15 |
| Total Afrika | 3'805 | 104 | 22 | 3'931 | | 4'165 | | -234 | -5.62 | 0.19 |
| Nicht in der Länderstatistik enthaltene Logiernächte: | | | | | | | | | | |
| Massenlager & Camping | 78'701 | 15'970 | 18'616 | 113'287 | | 101'022 | | 12'265 | 12.14 | 5.44 |
| Jahrespauschalen | 139'040 | 11'120 | 4'160 | 154'320 | | 151'280 | | 3'040 | 2.01 | 7.41 |
| Total Logiernächte | 1'939'423 | 106'919 | 37'111 | 2'083'453 | | 2'067'368 | | 16'085 | 0.78 | 100.00 |

TOP 20 NATIONEN

| | | | | | | | | | | |
|---------------------------|---------|--------|-------|---------|-----------|---------|----|---------|--------|-------|
| Schweiz | 840'125 | 23'344 | 3'494 | 866'963 | 1 | 818'297 | 1 | 48'666 | 5.95 | 41.61 |
| Deutschland | 181'312 | 23'012 | 3'984 | 208'308 | 2 | 234'348 | 2 | -26'040 | -11.11 | 10.00 |
| Vereinigtes Königreich | 144'504 | 2'632 | 579 | 147'715 | 3 | 154'381 | 3 | -6'666 | -4.32 | 7.09 |
| USA | 91'436 | 1'091 | 536 | 93'063 | 4 | 79'919 | 4 | 13'244 | 16.57 | 4.47 |
| Japan | 63'214 | 5'211 | 93 | 68'518 | 5 | 78'590 | 5 | -10'072 | -12.82 | 3.29 |
| Frankreich | 47'471 | 2'090 | 561 | 50'122 | 6 | 56'353 | 6 | -6'231 | -11.06 | 2.41 |
| Russische Föderation | 33'826 | 209 | 465 | 34'500 | 7 | 49'580 | 7 | -15'080 | -30.42 | 1.66 |
| Niederlande | 23'389 | 2'259 | 1'006 | 26'654 | 8 | 28'511 | 8 | -1'857 | -6.51 | 1.28 |
| China (ohne Hongkong) | 20'306 | 2'104 | 111 | 22'521 | 9 | 15'465 | 14 | 7'056 | 45.63 | 1.08 |
| Australien (& Neuseeland) | 20'714 | 501 | 89 | 21'304 | 10 | 19'620 | 11 | 1'684 | 8.58 | 1.02 |
| Schweden | 20'556 | 171 | 68 | 20'795 | 11 | 23'471 | 9 | -2'676 | -11.40 | 1.00 |
| Belgien | 15'471 | 1'377 | 355 | 17'203 | 12 | 18'205 | 12 | -1'002 | -5.50 | 0.83 |
| Spanien | 13'239 | 2'454 | 425 | 16'118 | 13 | 15'445 | 15 | 673 | 4.36 | 0.77 |
| Italien | 14'581 | 1'168 | 345 | 16'094 | 14 | 15'705 | 13 | 389 | 2.48 | 0.77 |
| Norwegen | 15'477 | 148 | 15 | 15'640 | 15 | 20'302 | 10 | -4'662 | -22.96 | 0.75 |
| Taiwan | 14'366 | 207 | 4 | 14'577 | 16 | 11'743 | 18 | 2'834 | 24.13 | 0.70 |
| Korea | 13'544 | 625 | 27 | 14'196 | 17 | 11'662 | 19 | 2'534 | 21.73 | 0.68 |
| Kanada | 13'239 | 246 | 107 | 13'592 | 18 | 15'196 | 16 | -1'604 | -10.56 | 0.65 |
| Thailand | 11'670 | 914 | 47 | 12'631 | 19 | 9'590 | 20 | 3'041 | 31.71 | 0.61 |
| Österreich | 9'380 | 2'311 | 197 | 11'888 | 20 | 13'164 | 17 | -1'276 | -9.69 | 0.57 |

LOGIERNÄCHTE NACH UNTERKUNFTSART

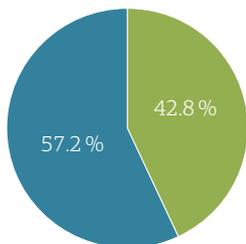
| | | | | | | | | | | |
|-----------------------|------------------|----------------|---------------|------------------|--|------------------|--|---------------|-------------|---------------|
| Total Hotellerie | 1'267'342 | 64'239 | 7'428 | 1'339'009 | | 1'337'869 | | 1'140 | 0.09 | 64.26 |
| Total Ferienwohnungen | 454'340 | 15'590 | 6'907 | 476'837 | | 477'197 | | -360 | -0.08 | 22.89 |
| Massenlager & Camping | 78'701 | 15'970 | 18'616 | 113'287 | | 101'022 | | 12'265 | 12.14 | 5.44 |
| Jahrespauschalen | 139'040 | 11'120 | 4'160 | 154'320 | | 151'280 | | 3'040 | 2.01 | 7.41 |
| Total | 1'939'423 | 106'919 | 37'111 | 2'083'453 | | 2'067'368 | | 16'085 | 0.78 | 100.00 |

LOGIERNÄCHTE HOTELLERIE & PARAHOTELLERIE

Winter / Sommer 2015

Total Destination Zermatt

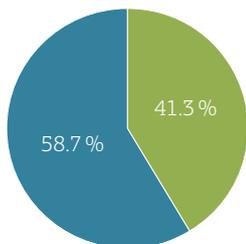
■ Winter ■ Sommer



| | Winter | Sommer | Total |
|--------------|------------------|----------------|------------------|
| Zermatt | 1'137'616 | 801'807 | 1'939'423 |
| Täsch | 39'828 | 67'091 | 106'919 |
| Randa | 14'187 | 22'924 | 37'111 |
| Total | 1'191'631 | 891'822 | 2'083'453 |

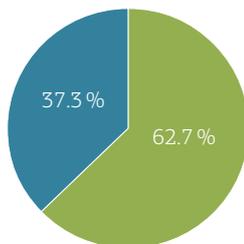
Zermatt

■ Winter ■ Sommer



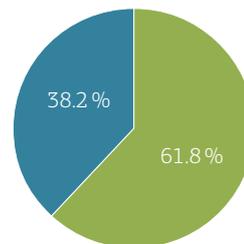
Täsch

■ Winter ■ Sommer



Randa

■ Winter ■ Sommer

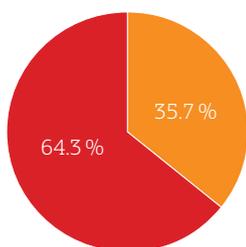


LOGIERNÄCHTE HOTELLERIE & PARAHOTELLERIE

Jahr 2015

Total Destination Zermatt

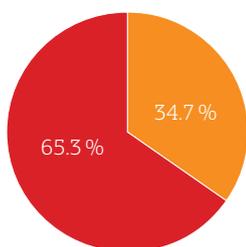
■ Hotellerie ■ Parahotellerie



| | Hotellerie | Parahotellerie | Total |
|--------------|------------------|----------------|------------------|
| Zermatt | 1'267'342 | 672'081 | 1'939'423 |
| Täsch | 64'239 | 42'680 | 106'919 |
| Randa | 7'428 | 29'683 | 37'111 |
| Total | 1'339'009 | 744'444 | 2'083'453 |

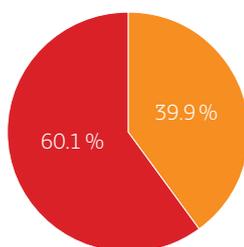
Zermatt

■ Hotellerie ■ Parahotellerie



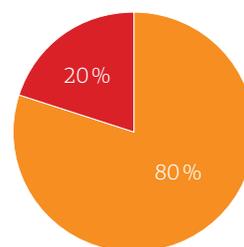
Täsch

■ Hotellerie ■ Parahotellerie



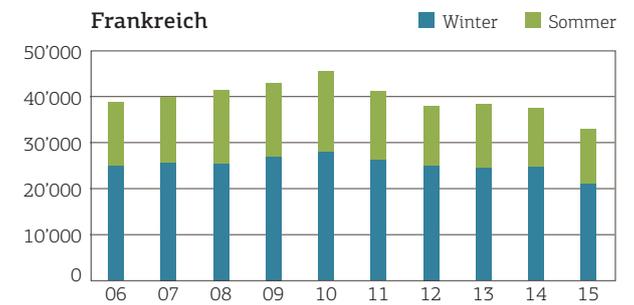
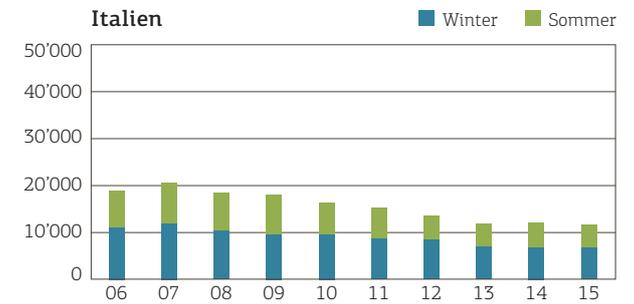
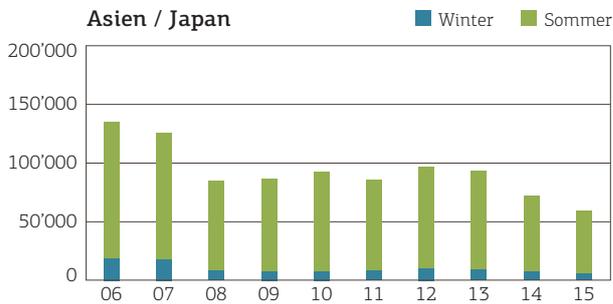
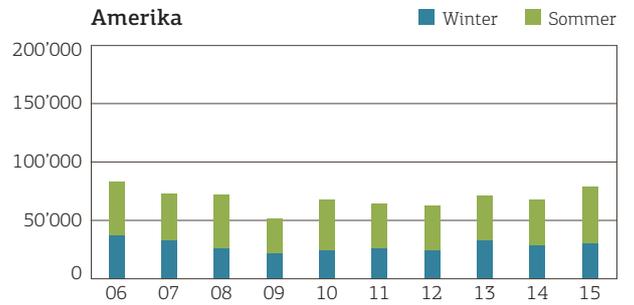
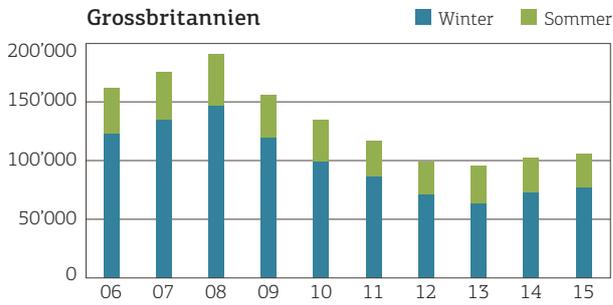
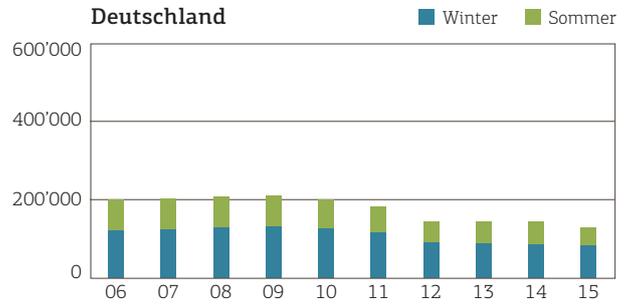
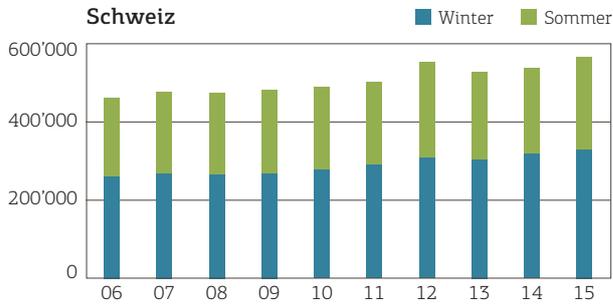
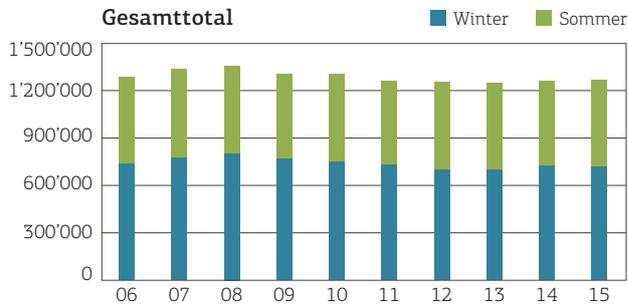
Randa

■ Hotellerie ■ Parahotellerie



HOTELLERIE NACH DEN WICHTIGSTEN MÄRKTEN

Zermatt



LOGIERNÄCHTE NACH TOP 10 NATIONEN

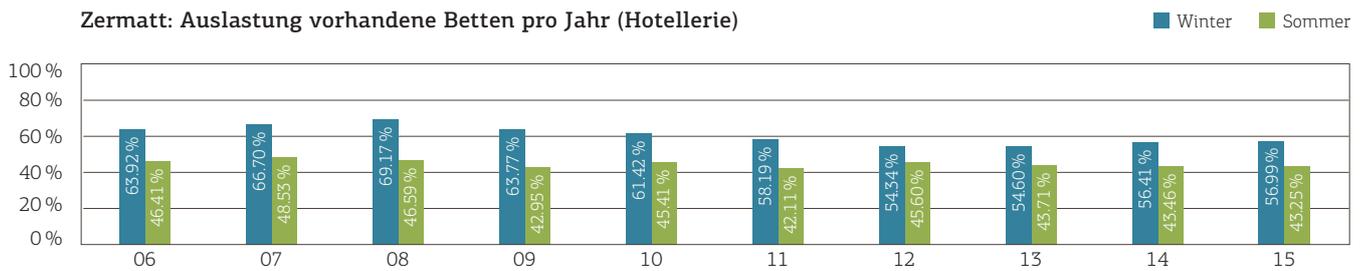
| | Hotel 2015 | Para 2015 | Total 2015 | Rang | Total 2014 | Veränd. absolut | Veränd. in % | MA* in % |
|--------------------------|---------------|--------------|----------------|-----------|---------------|--------------------|-----------------|-------------|
| * Marktanteil | | | | | | | | |
| TOP 10 (NATIONEN) | | | | | | | | |
| Zermatt | | | | | | | | |
| Schweiz | 565'287 | 274'838 | 840'125 | 1 | 792'935 | 47'190 | 5.95 | 43.32 |
| Deutschland | 129'671 | 51'641 | 181'312 | 2 | 204'247 | -22'935 | -11.23 | 9.35 |
| Vereinigtes Königreich | 105'680 | 38'824 | 144'504 | 3 | 150'567 | -6'063 | -4.03 | 7.45 |
| USA | 78'329 | 13'107 | 91'436 | 4 | 77'974 | 13'462 | 17.26 | 4.71 |
| Japan | 59'299 | 3'915 | 63'214 | 5 | 75'125 | -11'911 | -15.85 | 3.26 |
| Frankreich | 33'049 | 14'422 | 47'471 | 6 | 53'126 | -5'655 | -10.64 | 2.45 |
| Russland | 25'805 | 8'021 | 33'826 | 7 | 48'466 | -14'640 | -30.21 | 1.74 |
| Niederlande | 15'525 | 7'864 | 23'389 | 8 | 25'709 | -2'320 | -9.02 | 1.21 |
| Australien | 17'441 | 3'273 | 20'714 | 9 | 19'072 | 1'642 | 8.61 | 1.07 |
| Schweden | 17'086 | 3'470 | 20'556 | 10 | 22'949 | -2'393 | -10.43 | 1.06 |
| Täsch | | | | | | | | |
| Schweiz | 19'819 | 3'525 | 23'344 | 1 | 21'613 | 1'731 | 8.01 | 21.83 |
| Deutschland | 14'503 | 8'509 | 23'012 | 2 | 26'046 | -3'034 | -11.65 | 21.52 |
| Japan | 5'211 | 0 | 5'211 | 3 | 3'296 | 1'915 | 58.10 | 4.87 |
| Vereinigtes Königreich | 2'131 | 501 | 2'632 | 4 | 3'357 | -725 | -21.60 | 2.46 |
| Spanien | 2'296 | 158 | 2'454 | 5 | 2'704 | -250 | -9.25 | 2.30 |
| Österreich | 2'193 | 118 | 2'311 | 6 | 1'007 | 1'304 | 129.49 | 2.16 |
| Niederlande | 1'727 | 532 | 2'259 | 7 | 1'994 | 265 | 13.29 | 2.11 |
| China | 2'104 | 0 | 2'104 | 8 | 1'302 | 802 | 61.60 | 1.97 |
| Frankreich | 1'458 | 632 | 2'090 | 9 | 2'604 | -514 | -19.74 | 1.95 |
| Polen | 1'209 | 297 | 1'506 | 10 | 1'329 | 177 | 13.32 | 1.41 |
| Randa | | | | | | | | |
| Deutschland | 964 | 3'020 | 3'984 | 1 | 4'055 | -71 | -1.75 | 10.74 |
| Schweiz | 1'881 | 1'613 | 3'494 | 2 | 3'749 | -255 | -6.80 | 9.41 |
| Niederlande | 215 | 791 | 1'006 | 3 | 808 | 198 | 24.50 | 2.71 |
| Vereinigtes Königreich | 407 | 172 | 579 | 4 | 457 | 122 | 26.70 | 1.56 |
| Frankreich | 474 | 87 | 561 | 5 | 623 | -62 | -9.95 | 1.51 |
| USA | 415 | 121 | 536 | 6 | 629 | -93 | -14.79 | 1.44 |
| Russland | 361 | 104 | 465 | 7 | 506 | -41 | -8.10 | 1.25 |
| Spanien | 317 | 108 | 425 | 8 | 366 | 59 | 16.12 | 1.15 |
| Belgien | 176 | 179 | 355 | 9 | 470 | -115 | -24.47 | 0.96 |
| Italien | 295 | 50 | 345 | 10 | 333 | 12 | 3.60 | 0.93 |

BETTENBELEGUNG HOTELLERIE

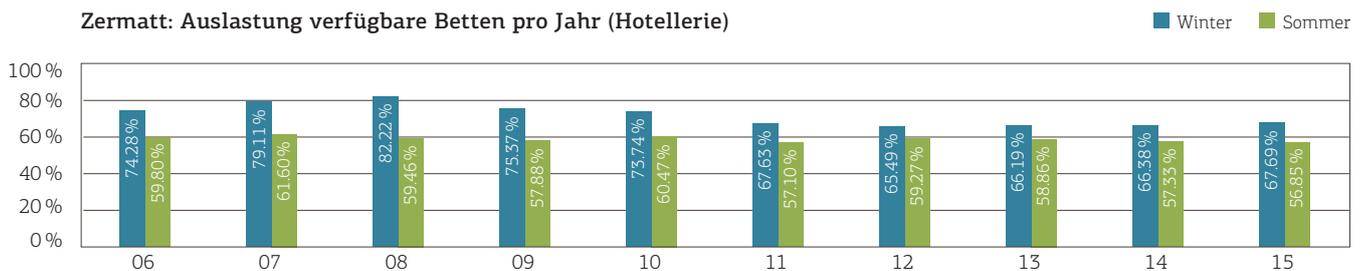
Zermatt

| | Winter 2014/15 | Sommer 2015 | Jahr 2015 |
|------------------------------|-------------------|----------------|--------------|
| Anzahl Logiernächte | 715'331 | 552'011 | 1'267'342 |
| Vorhandene Betten | 7'004 | 6'937 | 6'971 |
| Anzahl Logiernächte pro Bett | 102 | 80 | 182 |
| Auslastung in % | 56.99% | 43.25% | 50.09% |
| Verfügbare Betten | 5'839 | 5'277 | 5'556 |
| Anzahl Logiernächte pro Bett | 123 | 105 | 228 |
| Auslastung in % | 67.69% | 56.85% | 62.50% |

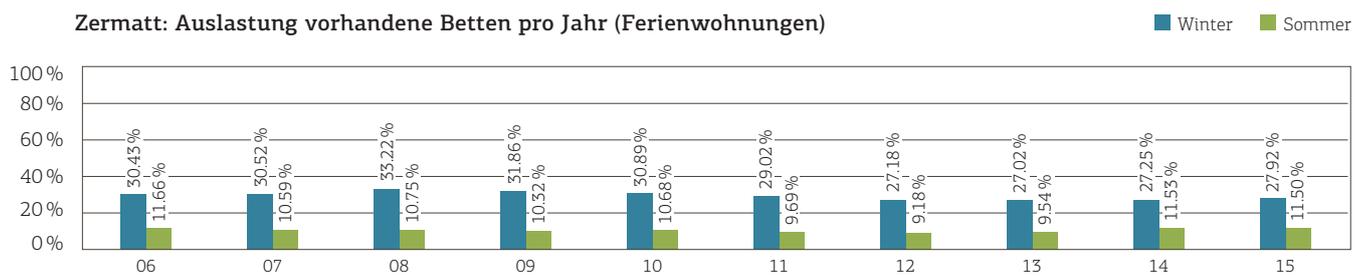
Zermatt: Auslastung vorhandene Betten pro Jahr (Hotellerie)



Zermatt: Auslastung verfügbare Betten pro Jahr (Hotellerie)



Zermatt: Auslastung vorhandene Betten pro Jahr (Ferienwohnungen)



ENTWICKLUNG LOGIERNÄCHTE HOTELLERIE UND PARAHOTELLERIE Zermatt

