

# JAHRESBERICHT 2016.



*Zermatt. No matter what*

zermatt.ch

# INHALTSVERZEICHNIS.

1. Grusswort des Präsidenten	2
2. Organisation von Zermatt Tourismus	3
3. Vorstandsarbeiten und Direktion	6
4. Marketing	9
5. Destinations-Service	15
6. Finanzen	19
7. Eckdaten und Statistiken	26



# 1. GRUSSWORT DES PRÄSIDENTEN.



Hans-Jörg Walther  
Präsident Zermatt Tourismus

Sehr geehrte Mitglieder von Zermatt Tourismus

Die Destination Zermatt – Matterhorn ist weltweit gefragt und bekannt. Gründe dafür gibt es viele, naturgegebene und «selbst gemachte». Die naturgegebenen werden gehegt und gepflegt. Die «selbst gemachten» müssen permanent weiterentwickelt und verbessert werden. Dafür braucht es Inspiration, Pioniergeist, Begeisterung und vieles mehr. Es ist uns in der Destination immer wieder gelungen, diese Attribute auszuleben. Sei dies durch die grossen Leistungsträger oder jeden einzelnen gastorientierten Dienstleistungserbringer.

Die aktuellen Rahmenbedingungen sind schwierig. Solche Herausforderungen wird es immer geben. Wir müssen sie durchstehen und kontinuierlich an unserem Angebot feilen. Am Preis für unser Angebot feilen viele «Fremde», das sollten wir selber nicht auch noch tun.

Nach 18 Jahren des Mitwirkens in unserem Verein, werde ich auf die GV 2017 hin nach 12 Jahren das Amt als Präsident von Zermatt Tourismus abgeben. Es ist Zeit für einen Wechsel an der Spitze.

Es war eine spannende Zeit mit vielen Grossereignissen, Begegnungen und Erfolgen, die ich mitprägen durfte. Die Destination ist auf sehr gutem Weg. Das gemeinsame Angehen der Herausforderungen ist der einzige Weg zum Ziel. Lokale Grabenkämpfe und Partikularinteressen helfen nur unseren Konkurrenten und davon gibt es immer mehr, immer besser ausgerichtet, und das global.

Ich wünsche der neuen Führung die nötige Weitsicht, Ruhe und Hartnäckigkeit, um sich in diesem spannenden Umfeld zu behaupten. Unsere weltweite Vernetzung ist ausgeprägt und wird von vielen unserer Konkurrenten mit Neid zur Kenntnis genommen. Die Destination muss diesen Weg weitergehen. Die Voraussetzungen dafür sind geschaffen.

Zum Schluss danke ich Ihnen, werte Mitglieder, für das entgegengebrachte Vertrauen, sowie allen Delegierten und Vorstandsmitgliedern für die konstruktive Zusammenarbeit. Die Strategieguppe und der Steuerungsausschuss 150 Jahre haben ihren Teil zum Erfolg ebenfalls beigetragen.

Die letzten Worte gehören Daniel Luggen und seinem Team: Es war eine Freude mit euch für die Destination Zermatt – Matterhorn zu arbeiten. Weiter so!

Chars Saluds

Hans-Jörg Walther

## 2. ORGANISATION VON ZERMATT TOURISMUS.

Stand 31.10.2016

Delegierte	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
Mario Fuchs		Parahotellerie	Vorstand
Paul Summermatter		Randa / Täsch	Vorstand
Romy Biner-Hauser		Einwohnergemeinde Zermatt	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		Parahotellerie	Delegierte
Willy Lingg		Gastronomie	Delegierter
Revisionsstelle		Quadis Revisionen, Susten	





Team Zermatt Tourismus 2016



*Zermatt. No matter what*

## 3. VORSTANDSARBEITEN UND DIREKTION.

### Organisation des Vorstandes

An der Generalversammlung vom 3. Februar 2016 wurde Mario Fuchs anstelle von Susi Wicky in den Delegiertenrat und anschliessend in den Vorstand gewählt; er vertritt den Zermatt Apartment Verein. Der zweite Sitz des freien Aktivmitgliedes bleibt mangels Kandidatur weiterhin leer. Der Delegiertenrat besteht somit aus total 24 Mitgliedern. Ebenfalls auf die Generalversammlung hin, hat die Firma Eggen Treuhand ihr Revisions-Mandat bei Zermatt Tourismus abgegeben. Die Mitglieder von Zermatt Tourismus haben als neue Revisionsgesellschaft die Firma Quadis aus Susten gewählt.

### Kurtaxen

Zusammen mit den Leistungsträgern und den politischen Gemeinden der Destination hat Zermatt Tourismus ein neues Kurtaxenreglement erarbeitet. Die Artikel wurden auf Basis eines kantonalen Musterreglements verfasst. Die Kurtaxe wurde um CHF 0.50 zu Gunsten des Event-Pools erhöht. Das Reglement wurde an einer ausserordentlichen Generalversammlung von Zermatt Tourismus sowie an den Urversammlungen der drei Destinations-Gemeinden verabschiedet.

### Zusammenarbeit mit den Gemeinden

Besonders die Erarbeitung und Anpassung der Kurtaxenreglemente hat eine intensive Zusammenarbeit mit den Destinations-Gemeinden gefordert. Aber auch im Bereich des Vertragswesens wurden wichtige Entscheide gefällt: so

werden die Gelder aus der Kurtaxenerhöhung 2013 nicht prozentual unter den Gemeinden aufgeteilt, sondern fliessen in einen Fonds. Ein Vergabegremium macht anschliessend Vorschläge zu Handen des Gemeinderates Zermatt, wie die Gelder eingesetzt werden können.

### Event-Pool

Bekanntlich haben die Gemeinde Zermatt und Zermatt Tourismus seit 2014 einen gemeinsamen Event-Pool. Aus den Erfahrungen der Vorjahre wurde das Reglement für diesen Pool überarbeitet. Neu wird auch die Wertschöpfung eines Events hoch gewichtet und die Vergabe erfolgt möglichst nach messbaren Kriterien wie Übernachtungen oder Anzahl Zuschauern. Im 2016 wurden Leistungen (Direktzahlungen, Defizitgarantien, Manpower und Kommunikation) in der Höhe von CHF 760'050 an Event-organisatoren vergeben.

### Reorganisation von Zermatt Tourismus

Die Umsetzung der Reorganisation konnte im laufenden Geschäftsjahr abgeschlossen werden. Neu vermarktet sich Zermatt – Matterhorn nach sechs bestimmten Zielgruppen. Diese werden von drei «Produkte-Marketer» betreut. Auch die erweiterte Geschäftsleitung hat ihre Arbeit aufgenommen. Ziel dieses Gremiums ist eine breitere Abstützung im Betrieb und ein besserer Informationsfluss. Die neu geschaffene Stelle des Event- und Partnerschaftsmanagement hat sich gut in die Organisation von Zermatt Tourismus eingefügt.



Das Ausscheiden des Leiters Gäste Service Centers wurde zum Anlass genommen, auch diese Abteilung neu aufzustellen: Nebst der neuen Bezeichnung als «Destinations-Service» – welche die Aufgaben gegenüber Gästen und Leistungsträgern unterstreichen soll – wurde das Rechnungswesen komplett aus der Abteilung herausgetrennt und neu als eigenständige Stabsstelle weitergeführt.

### Marketingstrategie

Die neue Marketingstrategie wurde vom Vorstand gutgeheissen und in der Organisation von Zermatt Tourismus umgesetzt. Die Umsetzung der Vermarktung nach Segmenten bedeutete auch, dass einige bestehende Kooperationen, welche nicht mehr ins bestehende Vermarktungskonzept passen, gekündigt wurden. So hat Zermatt Tourismus den Austritt aus dem Marketingpool «Matterhorn Region» sowie aus dem Verein «Best of the Alps» gegeben. Der Fokus des neuen Marketingkonzeptes liegt vor allem in eigenen Aktivitäten und der Online-Vermarktung. Ein weiterer Schwerpunkt kommt dem Stammgästemarketing zu Gute.

### Kommerzielle Tätigkeit

Zermatt Tourismus verkauft seit einigen Jahren direkt Dienstleistungen der Leistungsträger und ist dabei bestrebt, die Stellung einer guten Ergänzung oder auch Alternative zu den gängigen Buchungsportalen einzunehmen. So konnten im laufenden Geschäftsjahr die Kommissionsätze für einige der Kanäle erneut gesenkt oder wie im Falle von T-Booking gleich komplett eliminiert werden. Insgesamt wurden über CHF 10.3 Mio über die Systeme von Zermatt Tourismus abgewickelt.

An mehreren Sitzungen wurde auch die Anfrage von Valais/Wallis Promotion behandelt, in einer neu zu gründenden Verkaufsorganisation mitzumachen. Zermatt Tourismus hat nach reiflicher Überlegung und Anhörung aller Stakeholder entschieden, sich nicht zu beteiligen.

### e-Fitness

Das vorerst auf vier Jahre angelegte Projekt e-Fitness hat zum Ziel, die Performance der Leistungsträger der Destination im Bereich e-Marketing, Online-Distribution und Social Media zu verbessern. Auch im zweiten Jahr sind die Kurse und Coachings auf grosses Interesse gestossen. Zudem spürt man eine merkliche Verbesserung des Online-Auftrittes der Leistungsträger der Destination Zermatt – Matterhorn.



### Destinationstag

Der Destinationstag hat zum Ziel, die Leistungsträger in lockerem Rahmen zusammen zu bringen, um den Austausch zu fördern sowie neue und bestehende Angebote kennen zu lernen. In diesem Jahr traf man sich auf dem Matterhorn glacier paradise, um sich aus erster Hand über die neu entstehende 3S-Bahn der Zermatt Bergbahnen AG zu informieren. Anschliessend ging es mit den Bikes über den neuen Flow-Trail und den renovierten Bike-Weg Zermatt-Täsch zum Schalisee zum gemütlichen Grillplausch mit Besichtigung und Austesten der Wasserski-Anlage.



## 4. MARKETING.

Die Marketingabteilung arbeitete im vergangenen Geschäftsjahr erstmals zielgruppenbezogen.

So wurden neu die Marketingaktivitäten auf Zielgruppen ausgerichtet. Produkte-Marketer (PM's) bearbeiten die Themen:

- sportlicher Skifahrer
- genussorientierte Wanderer
- naturorientierte Mountainbiker
- weitgereiste Matterhorn Besucher
- aktive Familien
- international ausgerichtete Firmen (MICE)

Mit der angepassten Struktur werden die PM's durch die Fachstellen PR/Medien, e-Marketing, Sales und Marketing Services unterstützt.

### Skifahrer

Erstmals fand das Zermatt Unplugged Kaufleuten in Zürich statt. Die Plattform diente als Winterlancierung mit einer Medienkonferenz, einem Key Account und einem Stammgäste Anlass. Im Zermatt Village trafen sich die Gäste vor, nach und während den Konzerten. Dank der Musik, Gestaltung und dem Verpflegungsangebot fühlten sich die Besucher wie in Zermatt.

In drei Kampagnenwellen wurden zudem die Angebots-Pauschalen wie Skitest und Ski Active beworben und Genuss- und Ski-Begeisterte haben dadurch ihren Aufenthalt gebucht. Dank den gemeinsamen Mitteln der Zermatt Bergbahnen AG, des Hotelier Vereins Zermatt und Zermatt Tourismus konnte die Kampagne erfolgreich realisiert werden.

Weitere Massnahmen zur Vermarktung waren der Workshop für nordische Länder, der Snow Travel Mart Switzerland, oder der Ronnie's Scott Event in London mit Stammgästen und Mitgliedern des Britischen Skiclubs.



Der sportliche Skifahrer

Online Werbung mit Banner



Der genussorientierte Wanderer

### Wanderer

Die Werbekampagne «Taste of Zermatt» fokussierte auf den genussorientierten Wanderer. Im Werbemix wurden folgende Kanäle berücksichtigt: Online, Plakate, Railboards und Landing Pages. Durch Branding und Performance wurde auf das Angebot aufmerksam gemacht und zum Buchen animiert. Mittels einem Wettbewerb haben Gäste ihre Erlebnisse in der Destination mit anderen Gästen geteilt und diese inspiriert Ferien in der Destination zu verbringen. Die Werbekampagne war dank den gebündelten Mitteln der Zermatt Bergbahnen AG, des Hotelier Vereins Zermatt und Zermatt Tourismus möglich.



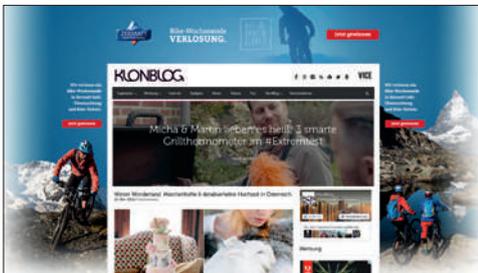
Der naturorientierte Mountainbiker

### Mountainbiker

Erstmals wurde eine Online-Kampagne für diese Zielgruppe realisiert. Das Ziel bestand darin, die vorhandenen Angebote aufzuzeigen und die Destination als Mountainbike Destination zu positionieren. Dies mit Hilfe von Videos, Bannern und Social Media. Die neuen Angebote Bikeweg Zermatt – Visp und Moostrail wurden in verschiedenen Kommunikationskanälen beworben.



Die Werbekampagne  
«Taste of Zermatt»  
fokussierte auf Wanderer.  
Railboards in Zügen und  
öffentlichen Verkehrsmitteln



Bike Promotion auf diversen  
Webseiten

### Matterhorn Besucher

Mit diversen Aktivitäten wie Sales Calls, Medienkonferenzen, Workshops und Messen wurde die Destination vermarktet. Online Kampagnen und Kooperationen mit Magazinen waren weitere Massnahmen um international die Destination zu bewerben. Zahlreiche Reiseveranstalter und Journalisten sind vor Ort gewesen um sich vom Angebot zu begeistern.

Im April fand eine Studienreise mit über 200 Reiseagenten aus den USA in der Destination statt.



Der weitgereiste Matterhorn Besucher



Die aktive Familie

### Familien

Anfangs Geschäftsjahr konnte erneut das Gütesiegel «Familien willkommen» für die Periode 2016–2018 erreicht werden. Zahlreiche neue Angebote konnten mit Hilfe der Arbeitsgruppe realisiert werden. Das erfolgreiche Wollli Kids Festival vom vergangenen Jahr wurde weiterentwickelt und im August wieder durchgeführt. Zahlreiche Familien haben gemeinsam mit Wollli einen unvergesslichen Tag erlebt mit Spiel, Spass und Kinderkonzert.



Die international ausgerichtete Firma

### MICE

Als Aktivitäten in der Romandie und Deutschschweiz nahm Zermatt Tourismus zusammen mit den MICE-Pool Partnern an spezifischen Messen teil. Während diesen Anlässen wurde das Angebot im Bereich Events, Incentives und Meetings vermarktet. Weitere Aktivitäten waren Versände von Newslettern und Beiträge in spezifischen Magazinen. Zusätzlich fand im Februar noch die Meeting Trophy mit diversen Eventplanern statt.

### e-Marketing

Damit der Gast seinen Aufenthalt noch einfacher planen kann, sind weitere Angebote und Erlebnisse online buchbar. Die Startseite der Homepage [www.zermatt.ch](http://www.zermatt.ch) wurde erneuert. Weiter erhielt das Menu ein Re-Design, welches eine einfachere Navigation auf der Internetseite ermöglicht. Nach der Menu- und Suchfunktion besteht neu auf der Startseite die Möglichkeit sich mittels Karte zu inspirieren und zu informieren.

Mit Hilfe von Suchmaschinen-Optimierungen wurden die zielgruppenspezifischen Seiten überarbeitet und verbessert. Zudem erhalten die Gäste neu durch automatische E-Mails die gewünschten Informationen vor und nach ihrer Reise.



### e-Fitness

Die Online-Präsenz entscheidet zunehmend über das Überleben oder die Verdrängung vom Markt. Während dem zweiten Jahr des Projektes e-Fitness hatten die Leistungsträger die Möglichkeit sich im Bereich digitale Kommunikation weiterzubilden. Die Steigerung der Teilnehmeranzahl an diesen Kursen zeigt das Interesse den wirtschaftlichen Erfolg und die Wettbewerbsfähigkeit durch Gewinnung und Bindung von Gästen zu erhöhen. Die Feedbacks von Leistungsträgern in der Destination bestätigen den Erfolg.



37 Trainings, Workshops und Kurse fanden im Rahmen des e-Fitness statt

**Medienarbeit / Social Media / Reisefachbetreuung**

Eine der Hauptaufgaben von Zermatt Tourismus ist die Betreuung von Fachpersonen im Bereich Medien und Reiseagenten. Dank der Erfahrung und der Flexibilität des Marketing Teams von Zermatt Tourismus konnten diese erneut professionell und auf ihre Bedürfnisse zugeschnitten betreut werden. Die Bearbeitung der bestehenden Social Media Kanäle wurde intensiviert. Aufgrund der zunehmenden Relevanz in der Kommunikation ist die Destination neu auch bei LinkedIn aktiv.

**Ankünfteliste nach Ländern in der Destination**

vom 01. November 2015 – 31. Oktober 2016

<b>Journalisten</b>		<b>Reisefachleute</b>		<b>Wettbewerbe &amp; VIP</b>	
<b>nach Land</b>	<b>Anzahl</b>	<b>nach Land</b>	<b>Anzahl</b>	<b>nach Land</b>	<b>Anzahl</b>
Australien	5	Australien	18	Brasilien	4
Belgien	15	Belgien	1	Grossbritannien	4
Brasilien	1	Brasilien	9	Malaysia	2
China	55	China	23	Schweden	3
Dänemark	2	Frankreich	1	Schweiz	38
Deutschland	63	Grossbritannien	25	Slowakische Republik	2
Frankreich	37	Indien	35	Südkorea	2
Grossbritannien	40	Indonesien	30	USA	2
Indien	10	Island	2	<b>8</b>	<b>57</b>
Italien	14	Japan	35		
Japan	30	Kanada	10		
Kanada	4	Norwegen	2		
Lettland	2	Polen	11		
Malaysia	2	Russland	58		
Myanmar	4	Schweden	5		
Neuseeland	4	Schweiz	9		
Niederlande	29	Südkorea	32		
Norwegen	13	Taiwan	16		
Österreich	14	Thailand	8		
Pakistan	1	USA	244		
Russland	8	Vereinigte Arabische Emirate	10		
Saudi-Arabien	1	International	35		
Schweden	15	<b>22</b>	<b>619</b>		
Schweiz	123				
Serbien und Montenegro	2				
Singapur	2				
Slowenien	2				
Spanien	5				
Südkorea	31				
Taiwan	16				
Thailand	3				
Tschechische Republik	4				
Türkei	4				
USA	41				
Vereinigte Arabische Emirate	10				
International	28				
<b>36</b>	<b>640</b>				

## 5. DESTINATIONS-SERVICE.

### GÄSTE-SERVICECENTER

#### Online-Buchungen

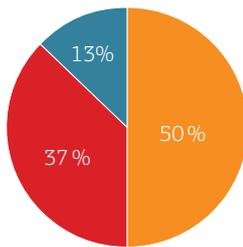
Die Palette der buchbaren Angebote auf [www.zermatt.ch](http://www.zermatt.ch) wurde auch in diesem Jahr stetig erweitert. Der gesamte Umsatz der Onlinebuchungen (ohne Channel Manager) konnte gegenüber dem Vorjahr um 10.6% auf CHF 5'157'437 gesteigert werden. Der Umsatz über den Channel Manager stieg gegenüber dem Vorjahr um 41% auf CHF 3'873'442.

#### Schalterverkauf

Der Ticketverkauf ZBAG konnte gegenüber dem Vorjahr um 0.1% auf CHF 1'186'607 gesteigert werden. Der Ticketverkauf GGB ging gegenüber dem Vorjahr um 22.1% auf CHF 139'857 zurück. Zudem konnten für das Zermatt Music Festival & Academy Tickets im Wert von CHF 6'036 verkauft werden.

#### Umsatz nach Verkaufskanal in CHF

■ Zermatt.ch ■ Channel Manager ■ Schalterverkauf



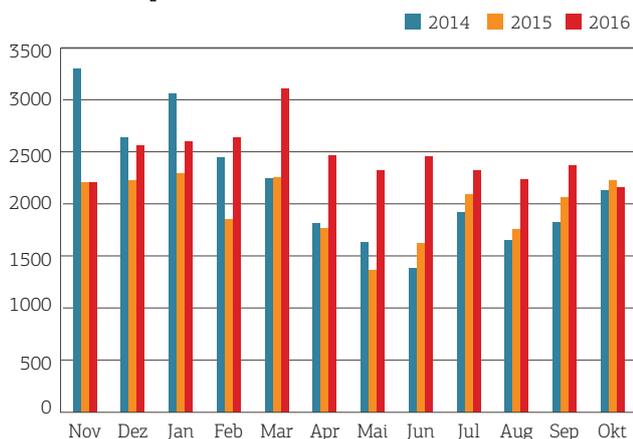
Zermatt.ch	Channel-Manager	Schalterverkauf	Total 2016
5'157'437	3'873'442	1'332'500	10'363'379

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

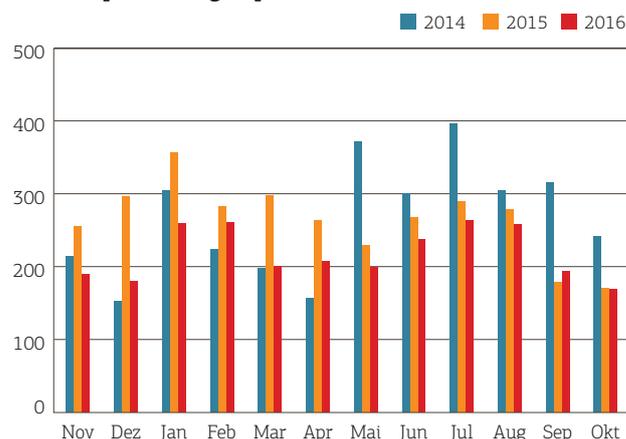


## ECKDATEN UND STATISTIKEN

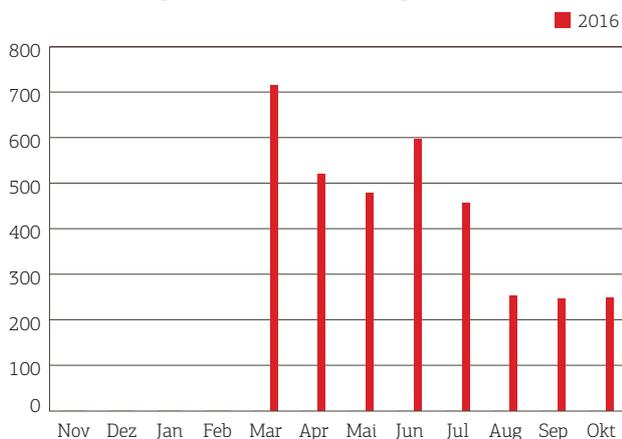
E-Mails pro Monat



Prospektanfragen pro Monat



Live-Chat pro Monat (Einführung im März 2016)



### Reservierbarkeit Hotellerie / Parahotellerie über Zermatt Tourismus

Im Geschäftsjahr 2015/2016 waren im Reservationssystem 1'157 Wohnungen (1'090 in Zermatt, 47 in Täsch und 20 in Randa) registriert.

Es werden 987 Wohnungen (933 in Zermatt, 36 in Täsch und 18 in Randa) zur Direktreservation angeboten. Bei den Hotels werden 108 zur Direktreservation angeboten (davon 101 in Zermatt, 6 in Täsch und 1 in Randa).

Im Geschäftsjahr 2015/2016 wurden 2'615 Prospekte in alle Welt versandt. Grossversände sind in dieser Statistik nicht eingerechnet.

Im Vergleich zu vergangenen Geschäftsjahren nimmt die Zahl der zu bearbeitenden E-Mails auf [info@zermatt.ch](mailto:info@zermatt.ch) stetig zu. Vor allem die E-Mail-Anfragen in den Sommermonaten erlebten im Geschäftsjahr 2015/16 ein Hoch. Durchschnittlich bearbeiteten die Mitarbeiterinnen im Gäste-Servicecenter während dem ganzen Geschäftsjahr rund 80 E-Mails pro Tag.

Gleichzeitig ist die Nachfrage nach gedruckten Prospekten tendenziell rückläufig. Dies ist einerseits auf die Digitalisierung unserer Gäste, andererseits auf die intensive und stets aktuelle Informationsaufbereitung auf [www.zermatt.ch](http://www.zermatt.ch) zurückzuführen.

Im März 2016 wurde als zusätzliches Mittel zur unmittelbaren Kommunikation der Live-Chat auf [www.zermatt.ch](http://www.zermatt.ch) eingeführt. Dieser durchlief bis zum Ende des Geschäftsjahres eine Testphase, stiess auf ein breites positives Echo und wurde definitiv eingeführt.

## EVENTS UND GÄSTEANIMATION

Die Leistungsträger, Vereine und Zermatt Tourismus haben im vergangenen Geschäftsjahr erneut viel zum Gelingen der Gästeanimation beigetragen. Besonders im Familiensegment wurden einige neue Angebote wie unter anderem «Wolli's Kräuternachmittag» und «Cocktailmixen für Kinder» geschaffen. Bestehende Angebote wie der inszenierte Dorfrundgang wurden aufgrund der vorjährigen Beliebtheit erneut unter einem neuen Thema durchgeführt.

Diese Gästeanimationen wurden von unseren Gästen ebenfalls geschätzt:

- Der Folkloresommer in Zermatt
- Der traditionelle Geissenkehr durch die Bahnhofstrasse
- Der Wolli Sommerspass
- Die Folkloreabende und musikalischen Anlässe

Der Eventkalender von Zermatt Tourismus dient zur Kommunikation der Gästeanimation. Er ist ein wichtiger Service für die Gäste von Zermatt – Matterhorn und eine ernstzunehmende Schnittstelle zu den Leistungsträgern im Dorf. Um den Gästen eine vollständige Übersicht über die aktuellen Events und Tagestipps der Destination zu ermöglichen, werden alle Veranstalter von Zermatt, Täsch und Randa laufend gebeten, ihre Veranstaltungen über

das im [ztnet.ch](http://ztnet.ch) aufgeschaltete Formular zu publizieren.

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

Aus den Erträgen der Tourismusförderungstaxe von Zermatt Tourismus floss im Geschäftsjahr 2016 wiederum ein Beitrag von CHF 150'000 in den Event-Pool. Mit dem Beitrag der Einwohnergemeinde Zermatt über CHF 175'000 ergibt dies ein Total von CHF 325'000. 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. Zusätzlich zu den Cash-Leistungen erbringt Zermatt Tourismus jeweils Kommunikationsleistungen zu Gunsten der Event-Veranstalter. Diese beliefen sich im Geschäftsjahr 2016 total auf einen Gegenwert von CHF 117'000.

Während des Geschäftsjahres 2016 wurden folgende Beiträge und Leistungen gesprochen:

Events	Direkt- zahlungen	Defizit- garantien	Kommunikation ZT	Sachleistungen EWG	Total
Zermatt Fashion Weekend 2015	2'000	0	7'500	0	9'500
Bach Collegium Zürich	0	0	2'000	0	2'000
Horu Trophy	0	0	5'000	17'500	22'500
Zermatt Unplugged	50'000	0	5'000	117'000	172'000
Patrouille des Glaciers	35'000	0	5'000	40'000	80'000
Gornergrat Zermatt Marathon	20'000	0	7'500	10'000	37'500
Eagle Cup	0	10'000	7'500	2'000	19'500
Täschalplauf mit Älplerfest	2'000	0	7'500	0	9'500
1. Augustfeier	30'000	0	7'500	30'000	67'500
Swiss Food Festival	10'000	0	7'500	15'000	32'500
Folklore Festival Zermatt	0	5'000	7'500	25'500	38'000
Matterhorn Ultraks	43'200	0	7'500	32'500	83'200
Schäferfest	4'000	0	7'500	3'500	15'000
Perskindol Swiss Epic	40'000	5'000	7'500	15'000	67'500
Zermatt Music Festival & Academy	60'000	0	7'500	2'500	70'000
Horugüet - Zermatt Taste Experience	5'000	0	2'500	0	7'500
Zermatt Fashion 2016	2'000	0	7'500	0	9'500
Zermatt Impulse 2016	3'000	0	7'500	6'350	16'850
<b>Total</b>	<b>306'200</b>	<b>20'000</b>	<b>117'000</b>	<b>316'850</b>	<b>760'050</b>

Auszug aus dem Eventkalender 2016

Datum	Event	Organisator	Aufgaben Zermatt Tourismus
29.11.2015	Weihnachtsbaum Einweihungsfest	Gewerbeverein Zermatt	Koordination & Sekretariat
28.12.2015	Weihnachtsoratorium	Bach Collegium Zürich	Werbung
14. – 17.01.2016	Horu Trophy Zermatt	Curling Club Zermatt	Unterstützung & Werbung
05. – 09.04.2016	Zermatt Unplugged	Tom Talent	Unterstützung & Werbung vor Ort
19. – 23.04.2016	Patrouille des Glaciers	Schweizer Armee	Werbung
07.05.2016	Gedenkfeier – 25 Jahre Bergsturz Randa	Gemeinde Randa	Werbung
02.07.2016	Gornergrat Zermatt Marathon	Zermatt Marathon	Werbung vor Ort
22.07.2016	Jubiläumsfeier 125 Jahre Bahnstrecke Visp – Zermatt	Matterhorn Gotthard Bahn	Werbung
23.07.2016	Eröffnung Bikeweg Zermatt – Visp	Gemeinde Täsch	Unterstützung & Werbung vor Ort
30.07.2016	Matterhorn Eagle Cup	Matterhorn Eagle Cup	Werbung
31.07.2016	Täschalplauf mit Älplerfest	Gemeinde Täsch	Werbung
01.08.2016	1. Augustfeier	Zermatt Tourismus	Planung, Organisation & Durchführung
05.08.2016	Wolli Kids Festival	Zermatt Tourismus	Planung, Organisation & Durchführung
12. – 14.08.2016	Swiss Food Festival	Swiss Food Festival	Unterstützung & Werbung vor Ort
14.08.2016	Folklore Festival Zermatt	Gewerbeverein Zermatt	Koordination & Sekretariat
19. – 20.08.2016	Matterhorn Ultraks	DONE SA	Unterstützung & Werbung vor Ort
09. – 16.09.2016	Zermatt Music Festival & Academy	Stiftung Zermatt Festival	Unterstützung & Werbung vor Ort
11.09.2016	Schäferfest	Zermatter Schwarznasen & Schafzucht Genossenschaft	Koordination & Sekretariat
12. – 17.09.2016	Perskindol Swiss Epic	Perskindol Swiss Epic	Unterstützung & Werbung vor Ort
01.10.2016	Horugüet – Zermatt Taste Experience	Horugüet – Zermatt Taste Experience	Unterstützung & Werbung vor Ort



## 6. FINANZEN.

### Allgemeines

Die Jahresrechnung 2016 weist einen Ertrag von CHF 7'751'937.13 und einen Aufwand von CHF 7'750'598.23 auf, was einen Erfolg von CHF 1'338.90 ergibt. Auch in diesem Jahr übertrafen die Direktreservierungen mit CHF 393'786.34 die hohen Erwartungen. Hier konnten CHF 43'786.34 mehr Einnahmen als budgetiert generiert werden. Der allgemeine Logiernächte-Rückgang widerspiegelt sich in den Mindereinnahmen bei den Kurtaxen.

### Tourismusförderungstaxe (TFT)

Die Einnahmen stellen sich wie folgt zusammen:

Hotellerie	CHF	601'818	25.94%
Ferienwohnungen	CHF	413'303	17.82%
Bahnen	CHF	239'221	10.31%
Restaurant	CHF	230'340	9.93%
Baugewerbe	CHF	188'149	8.11%
Handel / Getränke	CHF	149'085	6.43%
Beratung / Freie Berufe	CHF	88'408	3.81%
Sportgeschäfte / Ski-Depot	CHF	64'671	2.79%
Transportgewerbe	CHF	58'170	2.51%
Nahrungs- & Genussmittel	CHF	38'244	1.65%
Skilehrer / Skischulbüro	CHF	43'024	1.85%
Banken	CHF	34'460	1.49%
Immobilienhandel	CHF	23'116	1.00%
Bekleidung, Schuhe	CHF	27'346	1.18%
Apotheken / Drogerien	CHF	14'601	0.63%
Unterricht	CHF	25'907	1.12%
Freiwillige	CHF	2'735	0.12%
Reparaturgewerbe	CHF	13'830	0.60%
Elektronik / Optik	CHF	11'556	0.50%
Uhren, Bijouterie	CHF	13'161	0.57%
Gesundheitswesen	CHF	7'308	0.32%
Coiffeur, Kosmetik, Reinig.	CHF	6'057	0.26%
Energie / Wasser	CHF	6'441	0.28%
Reisebüro	CHF	6'320	0.27%
Versicherungen	CHF	3'960	0.17%
Bergführer, Wanderleiter	CHF	4'329	0.19%
Radio / TV	CHF	2'471	0.11%
Druck und Grafik	CHF	1'789	0.08%
<b>Total</b>	<b>CHF</b>	<b>2'319'820</b>	<b>100.00%</b>

Sie wurden wie folgt verwendet:

### Ausgaben für Marketingzwecke

Marketing	CHF	2'687'887
Event-Pool	CHF	150'000
<b>Total Ausgaben</b>	<b>CHF</b>	<b>2'837'887</b>

### Einnahmen für Marketingzwecke

TFT	CHF	2'319'820
Mitgliederbeiträge	CHF	55'100
Gemeinde Zermatt	CHF	100'000
Direktreservierung	CHF	393'786
Sponsoring	CHF	184'199
Merchandising	CHF	29'757
Ausserordentlicher Ertrag	CHF	4'114
<b>Total Einnahmen</b>	<b>CHF</b>	<b>3'089'149</b>
<b>Saldo</b>	<b>CHF</b>	<b>+248'888</b>

Folgende auswärtige Betriebe haben die Tourismusförderungstaxe freiwillig bezahlt:

- Anton Fercher AG
- Atelier Ruppen
- Baasch Comestibles AG
- Fritz Schumacher AG
- Interserv AG
- Matterhorn Gotthard Bahn AG / Gornergrat Bahn
- Krummenacher AG
- Outdooractive GmbH
- Schenker-Storen AG
- Valaiscom AG
- Werner Fercher AG
- Werner Isolierwerk AG

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

### Kurtaxen Hotellerie

Der Winter konnte sich gegenüber dem Vorjahr wiederum nicht halten. Die frühen Ostern bereits Ende März und wenig Schnee um die Weihnachtszeit haben sich auf die Logiernächte ausgewirkt (-40'961 Logiernächte). Hingegen entwickelte sich der Sommer besser als nach dem Jubiläumsjahr erwartet (+6'553 Logiernächte). Das Jahr verzeichnete ein Minus von -34'408 Logiernächten oder -2.57%.

### Kurtaxen Parahotellerie

In der Parahotellerie verlief der Winter vergleichbar mit der Hotellerie (-29'693 Logiernächte, -8.95%). Im Sommer hingegen blieben die Logiernächte fast auf Vorjahresniveau (-1'091 Logiernächte, -0.75%). Die Hütten hatten im Geschäftsjahr ein Minus zu verzeichnen (-9'756 Logiernächte, -9.66%).

### Budget 2017

Die Einnahmen 2017 erhöhen sich vor allem aufgrund der Kurtaxen-Erhöhung von CHF 2.50 auf CHF 3.00 um CHF 660'000.

Der budgetierte Gewinn beträgt CHF 2'399.50.

**BILANZ 2016**

	2016 CHF	%	2015 CHF	%
<b>AKTIVEN</b>				
<b>UMLAUFVERMÖGEN</b>				
Kassa	30'563.00		9'617.65	
Postkonto	5'091.40		10'588.20	
UBS AG	528'074.50		59'478.07	
WKB (Direktreservation)	319'421.30		54'126.09	
CS	113.24		0.00	
Raiffeisenbank	1'013'783.14		152'514.58	
<b>Flüssige Mittel</b>	<b>1'897'046.58</b>	<b>53.00</b>	<b>286'324.59</b>	<b>13.60</b>
Debitoren Allgemein	227'128.92		201'194.40	
Debitoren Kurtaxen	383'121.50		599'433.50	
Debitoren Tourismusförderungstaxe	37'782.65		34'137.80	
Debitoren Kreditkarten	42'081.70		23'758.35	
<b>Forderungen aus Lieferungen u. Leistungen</b>	<b>690'114.77</b>	<b>19.30</b>	<b>858'524.05</b>	<b>40.80</b>
Verrechnungssteuer	1'064.97		963.97	
Debitor Mehrwertsteuer	12'451.55		8'277.92	
<b>Übrige kurzfristige Forderungen</b>	<b>13'516.52</b>	<b>0.40</b>	<b>9'241.89</b>	<b>0.40</b>
<b>Vorräte</b>	<b>38'000.00</b>	<b>1.10</b>	<b>35'000.00</b>	<b>1.70</b>
<b>Aktive Rechnungsabgrenzungen</b>	<b>382'019.55</b>	<b>10.70</b>	<b>233'360.00</b>	<b>11.10</b>
<b>Total Umlaufvermögen</b>	<b>3'020'697.42</b>	<b>84.40</b>	<b>1'422'450.53</b>	<b>67.50</b>
<b>ANLAGEVERMÖGEN</b>				
UBS Wertschriftendepot	26'852.00		26'852.00	
Golf Mischabel AG	1.00		1.00	
<b>Finanzanlagen</b>	<b>26'853.00</b>	<b>0.80</b>	<b>26'853.00</b>	<b>1.30</b>
Stiftung Alpines Museum	1.00		1.00	
Pavillon Eisbahn	1.00		1.00	
Neues Verkehrsbüro	532'213.34		657'213.34	
<b>Sachanlagen</b>	<b>532'213.34</b>	<b>14.90</b>	<b>657'213.34</b>	<b>31.20</b>
<b>Total Anlagevermögen</b>	<b>559'068.34</b>	<b>15.60</b>	<b>684'068.34</b>	<b>32.50</b>
<b>Total Aktiven</b>	<b>3'579'765.76</b>	<b>100.00</b>	<b>2'106'518.87</b>	<b>100.00</b>

## BILANZ 2016

	2016 CHF	%	2015 CHF	%
<b>PASSIVEN</b>				
<b>FREMDKAPITAL</b>				
Verbindlichkeiten aus Lieferungen u. Leistungen	1'001'840.80	28.00	1'107'982.04	52.60
Kurzfristige verzinsliche Verbindlichkeiten	0.00	0.00	0.00	0.00
Kreditor Mehrwertsteuer	34'664.52		26'890.72	
Kreditoren Direktreservation	89'612.98		28'598.20	
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	124'277.50	3.50	55'488.92	2.60
Passive Rechnungsabgrenzungen	2'300'910.79	64.30	791'650.14	37.60
<b>Total kurzfristiges Fremdkapital</b>	<b>3'427'029.09</b>	<b>95.70</b>	<b>1'955'121.10</b>	<b>92.80</b>
Langfristiges Fremdkapital	0.00		0.00	
Rückstellungen Allgemein	87'000.00		87'000.00	
<b>Total langfristiges Fremdkapital</b>	<b>87'000.00</b>	<b>2.40</b>	<b>87'000.00</b>	<b>4.10</b>
<b>Total Fremdkapital</b>	<b>3'514'029.09</b>	<b>98.20</b>	<b>2'042'121.10</b>	<b>96.90</b>
<b>EIGENKAPITAL</b>				
Eigenkapital	64'397.77		63'919.14	
Gewinn	1'338.90		478.63	
<b>Total Eigenkapital</b>	<b>65'736.67</b>	<b>1.80</b>	<b>64'397.77</b>	<b>3.10</b>
<b>Total Passiven</b>	<b>3'579'765.76</b>	<b>100.00</b>	<b>2'106'518.87</b>	<b>100.00</b>

## ERFOLGSRECHNUNG 2016

	2016 Abschluss	in %	2016 Budget	in %	Diff. zu Budget 16	2017 Budget	in %
<b>AUFWAND</b>							
<b>Personal Aufwand</b>							
Lohnkosten	2'150'604.40		2'150'000.00		604.40	2'290'000.00	
Sozialleistungen	397'472.65		410'000.00		-12'527.35	435'000.00	
Schulung/Rekrutierung Personal	24'560.13		20'000.00		4'560.13	20'000.00	
	<b>2'572'637.18</b>	<b>33.19</b>	<b>2'580'000.00</b>	<b>31.84</b>	<b>-7'362.82</b>	<b>2'745'000.00</b>	<b>31.32</b>
<b>Allgemeiner Aufwand</b>							
Verwaltung und Sitzungen	5'449.90		7'000.00		-1'550.10	7'000.00	
Büromaterial	10'512.38		16'000.00		-5'487.62	16'000.00	
Infrastruktur Geräte	14'895.04		16'000.00		-1'104.96	16'000.00	
Infrastruktur Immob/Mob	24'190.54		20'000.00		4'190.54	20'000.00	
Kommunikation	25'600.44		32'000.00		-6'399.56	32'000.00	
Post	39'972.81		44'000.00		-4'027.19	44'000.00	
Mieten	279'474.15		285'000.00		-5'525.85	285'000.00	
Energie/Wasser/Reinigung	11'608.36		16'000.00		-4'391.64	16'000.00	
Zinsen/Spesen	2'425.88		2'000.00		425.88	2'000.00	
Versicherungen	10'635.05		11'000.00		-364.95	11'000.00	
Kurtaxenkontrolle	0.00		3'000.00		-3'000.00	0.00	
Verschiedenes	-22'118.00		30'000.00		-52'118.00	30'000.00	
	<b>402'646.55</b>	<b>5.20</b>	<b>482'000.00</b>	<b>5.95</b>	<b>-79'353.45</b>	<b>479'000.00</b>	<b>5.46</b>
<b>Informations Technologie- Management (IT)</b>							
Destinations Management System	19'559.21		10'000.00		9'559.21		
Digitaler Meldeschein			0.00			20'000.00	
Internet	1'794.82		10'000.00		-8'205.18	10'000.00	
IT-Software	21'172.90		15'000.00		6'172.90	25'000.00	
IT-Hardware	29'471.11		30'000.00		-528.89	30'000.00	
Verbrauch	6'481.18		9'000.00		-2'518.82	9'000.00	
IT Operation Service	72'613.09		48'000.00		24'613.09	56'000.00	
	<b>151'092.31</b>	<b>1.95</b>	<b>122'000.00</b>	<b>1.51</b>	<b>29'092.31</b>	<b>150'000.00</b>	<b>1.71</b>
<b>Beiträge</b>							
Dienstleistungszentrum Randa	24'000.00		24'000.00		0.00	24'000.00	
Dienstleistungen Gemeinde Randa	10'000.00		10'000.00		0.00	10'000.00	
Dienstleistungen Gemeinde Täsch	40'000.00		40'000.00		0.00	40'000.00	
Dienstleistungen Gemeinde Zermatt	709'500.00		710'000.00		-500.00	710'000.00	
Strategie 2018 Gemeinde Zermatt	710'000.00		770'000.00		-60'000.00	658'920.00	
Reserve Strategie						34'680.00	
Langlauf Täsch-Randa	23'203.64		20'000.00		3'203.64	20'000.00	
Wolli-Park	19'851.85		20'000.00		-148.15	20'000.00	
	<b>1'536'555.49</b>	<b>19.82</b>	<b>1'594'000.00</b>	<b>19.67</b>	<b>-57'444.51</b>	<b>1'517'600.00</b>	<b>17.31</b>
<b>Subtotal</b>	<b>4'662'931.53</b>		<b>4'778'000.00</b>		<b>-115'068.47</b>	<b>4'891'600.00</b>	

## ERFOLGSRECHNUNG 2016

	2016 Abschluss	in %	2016 Budget	in %	Diff. zu Budget 16	2017 Budget	in %
<b>AUFWAND</b>							
Produkte-Marketing (PM)	1'596'137.52		1'470'000.00		126'137.52	1'382'500.00	
PM Ski	963'262.30		760'000.00			660'000.00	
PM Wandern	112'914.48		120'000.00			120'000.00	
PM Bike	70'709.74		100'000.00			100'000.00	
PM Familien	71'534.51		100'000.00			100'000.00	
PM Matterhorn Besucher	229'082.01		250'000.00			250'000.00	
PM MICE	48'634.48		50'000.00			52'500.00	
Projekte	100'000.00		90'000.00			100'000.00	
(Stamm-)Gästemarketing	35'020.36		40'000.00		-4'979.64	40'000.00	
Medien / Content	121'533.15		150'000.00		-28'466.85	159'000.00	
e-Marketing	222'896.50		350'000.00		-127'103.50	371'300.00	
Projekt e-Fitness						28'700.00	
Partnermarketing	71'326.66		110'000.00		-38'673.34	132'000.00	
Kooperationen	67'908.36		120'000.00		-52'091.64	75'000.00	
Marke	93'461.61		20'000.00		73'461.61	20'000.00	
Prospekte / Internet	215'223.85		300'000.00		-84'776.15	307'000.00	
Beiträge tour. Institutionen	17'275.00		26'000.00		-8'725.00	26'000.00	
150 Jahr Jubiläum	200'000.00		200'000.00		0.00	0.00	
Divers	47'104.27		80'000.00		-32'895.73	88'500.00	
	<b>2'687'887.28</b>	<b>34.68</b>	<b>2'866'000.00</b>	<b>35.37</b>	<b>-178'112.72</b>	<b>2'630'000.00</b>	<b>30.00</b>
<b>Events &amp; Animation</b>							
Winter	24'278.78		20'000.00		4'278.78	24'000.00	
Sommer	69'261.06		100'000.00		-30'738.94	133'000.00	
Geissenkehr	14'158.52		15'000.00		-841.48	0.00	
Events Diverse	0.00		0.00		0.00	5'000.00	
Event & Partnerschaftsmanagement	0.00		150'000.00			40'000.00	
Event-Fonds	150'018.86		150'000.00		18.86	932'468.00	
Event-Fonds Reserve						84'532.50	
	<b>257'717.22</b>	<b>3.33</b>	<b>435'000.00</b>	<b>5.37</b>	<b>-177'282.78</b>	<b>1'219'000.50</b>	<b>13.91</b>
<b>Debitorenverlust</b>	<b>17'062.20</b>	<b>0.22</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>17'062.20</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>
<b>Abschreibungen</b>	<b>125'000.00</b>	<b>1.61</b>	<b>25'000.00</b>	<b>0.31</b>	<b>100'000.00</b>	<b>25'000.00</b>	<b>0.29</b>
<b>Total Aufwand</b>	<b>7'750'598.23</b>	<b>100.00</b>	<b>8'104'000.00</b>	<b>100.00</b>	<b>-353'401.77</b>	<b>8'765'600.50</b>	<b>100.00</b>

**ERFOLGSRECHNUNG 2016**

	2016 Abschluss	in %	2016 Budget	in %	Diff. zu Budget 16	2017 Budget	in %
<b>ERTRAG</b>							
<b>Kurtaxen</b>							
Hotellerie	3'007'673.89		3'280'000.00		-272'326.11	3'740'000.00	
Ferienwohnungen	1'080'225.00		1'150'000.00		-69'775.00	1'360'000.00	
Jahrespauschalen	344'925.69		350'000.00		-5'074.31	400'000.00	
Camping, Massenlager	229'963.75		250'000.00		-20'036.25	280'000.00	
	<b>4'662'788.33</b>	<b>60.15</b>	<b>5'030'000.00</b>	<b>62.04</b>	<b>-367'211.67</b>	<b>5'780'000.00</b>	<b>65.92</b>
<b>Tourismusförderungstaxe</b>	<b>2'319'819.77</b>	<b>29.93</b>	<b>2'350'000.00</b>	<b>28.98</b>	<b>-30'180.23</b>	<b>2'250'000.00</b>	<b>25.66</b>
<b>Mitgliederbeitrag</b>	<b>55'100.00</b>	<b>0.71</b>	<b>58'000.00</b>	<b>0.72</b>	<b>-2'900.00</b>	<b>58'000.00</b>	<b>0.66</b>
<b>Beitrag Gemeinde Zermatt</b>	<b>100'000.00</b>	<b>1.29</b>	<b>100'000.00</b>	<b>1.23</b>	<b>0.00</b>	<b>100'000.00</b>	<b>1.14</b>
<b>Direktreservation</b>	<b>393'786.34</b>	<b>5.08</b>	<b>350'000.00</b>	<b>4.32</b>	<b>43'786.34</b>	<b>400'000.00</b>	<b>4.56</b>
<b>Auflösung Rückstellungen</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>
<b>Sponsoring Einnahmen</b>	<b>184'198.90</b>	<b>2.38</b>	<b>140'000.00</b>	<b>1.73</b>	<b>44'198.90</b>	<b>100'000.00</b>	<b>1.14</b>
<b>Merchandising</b>	<b>29'757.34</b>	<b>0.38</b>	<b>30'000.00</b>	<b>0.37</b>	<b>-242.66</b>	<b>30'000.00</b>	<b>0.34</b>
<b>Ausserordentlicher Ertrag</b>	<b>4'113.45</b>	<b>0.05</b>	<b>50'000.00</b>	<b>0.62</b>	<b>-45'886.55</b>	<b>50'000.00</b>	<b>0.57</b>
<b>Wertschriftenerfolg</b>	<b>2'373.00</b>	<b>0.03</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>2'373.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>
<b>Total Ertrag</b>	<b>7'751'937.13</b>	<b>100.00</b>	<b>8'108'000.00</b>	<b>100.00</b>	<b>-356'062.87</b>	<b>8'768'000.00</b>	<b>100.00</b>

	2016 Abschluss	in %	2016 Budget	in %	Diff. zu Budget 16	2017 Budget	in %
<b>REKAPITULATION</b>							
<b>Total Ertrag</b>	<b>7'751'937.13</b>		<b>8'108'000.00</b>		<b>-356'062.87</b>	<b>8'768'000.00</b>	
<b>Total Aufwand</b>	<b>7'750'598.23</b>		<b>8'104'000.00</b>		<b>-353'401.77</b>	<b>8'765'600.50</b>	
<b>Erfolg</b>	<b>1'338.90</b>		<b>4'000.00</b>		<b>-2'661.10</b>	<b>2'399.50</b>	

**Anhang zur Jahresrechnung**

Die Gesellschaft ist unter der Rechtsform eines Vereins im Handelsregister Oberwallis in Brig unter der Firma Verein Zermatt Tourismus mit Sitz in Zermatt eingetragen.

**1. Angaben über die in der Jahresrechnung angewandten Grundsätze**

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.

**2. Erläuterungen zu ausserordentlichen, einmaligen oder periodenfremden Positionen der Erfolgsrechnung**

In der Berichtsperiode lagen keine wesentlichen ausserordentlichen, einmaligen oder periodenfremde Ereignisse vor.

**3. Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen**

Die Gesellschaft hat Verbindlichkeiten im Betrag von CHF 28'883 gegenüber Vorsorgeeinrichtungen.

**4. Anzahl Mitarbeiter**

Die Anzahl Vollzeitstellen im Jahresdurchschnitt übersteigt 50 nicht.

**5. Wesentliche Ereignisse nach dem Bilanzstichtag**

Nach dem Bilanzstichtag sind keine wesentlichen Ereignisse eingetreten, welche die Aussagefähigkeit der Jahresrechnung 2016 beeinträchtigen könnten bzw. an dieser Stelle offengelegt werden müssten.



## **BERICHT DER REVISIONSSTELLE zur eingeschränkten Revision**

an die Mitgliederversammlung des

**Zermatt Tourismus, Zermatt**

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) des Zermatt Tourismus, Zermatt für das am 31. Oktober 2016 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft. Die Revision der Vorjahresangaben ist von einer anderen Revisionsstelle vorgenommen worden. In ihrem Bericht vom 23. Dezember 2015 hat diese eine nicht modifizierte Prüfungsaussage abgegeben.

Für die Jahresrechnung ist der Vorstand verantwortlich, während unsere Aufgabe darin besteht, die Jahresrechnung zu prüfen. Wir bestätigen, dass wir die gesetzlichen Anforderungen hinsichtlich Zulassung und Unabhängigkeit erfüllen.

Unsere Revision erfolgte nach dem Schweizer Standard zur Eingeschränkten Revision. Danach ist diese 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 unserer Revision sind wir nicht auf Sachverhalte gestossen, aus denen wir schliessen müssten, dass die Jahresrechnung nicht Gesetz und Statuten entsprechen.

Susten, 22. Dezember 2016

Die Revisionsstelle

**Quadis Revisionen GmbH**

**Reto Werlen**  
eidg. dipl. Steuer- &  
Treuhandexperte  
Zugel. Revisionsexperte RAB  
(Leitender Revisor)

**Daniela Bizeau**  
BSc BFH in Betriebsökonomie  
Zugelassene Revisorin RAB

# 7. ECKDATEN UND STATISTIKEN.

## INVENTARISIERUNG ALLER WOHNUNGEN UND BETTEN

Zermatt, Täsch und Randa

Stand 31.12.2016

	Zermatt	%	Täsch	%	Randa	%
<b>WOHNUNGEN</b>						
<b>Einheimische</b>						
Eigenbedarf	1'217	17.85	301	33.30	150	42.74
Miete Einheimische	2'848	41.77	294	32.52	96	27.35
<b>Total Einheimische</b>	<b>4'065</b>	<b>59.61</b>	<b>595</b>	<b>65.82</b>	<b>246</b>	<b>70.09</b>
<b>Parahotellerie</b>						
<b>Einheimische Gästevermietung</b>	<b>1'179</b>	<b>17.29</b>	<b>130</b>	<b>14.38</b>	<b>35</b>	<b>9.97</b>
<b>Zweitwohnungsbesitzer</b>						
Gästevermietung	452	6.63	68	7.52	8	2.28
Eigenbedarf	1'123	16.47	111	12.28	62	17.66
<b>Total Zweitwohnungen</b>	<b>1'575</b>	<b>23.10</b>	<b>179</b>	<b>19.80</b>	<b>70</b>	<b>19.94</b>
<b>Total Parahotellerie</b>	<b>2'754</b>	<b>40.39</b>	<b>309</b>	<b>34.18</b>	<b>105</b>	<b>29.91</b>
<b>Total Wohnungen *</b>	<b>6'819</b>	<b>100.00</b>	<b>904</b>	<b>100.00</b>	<b>351</b>	<b>100.00</b>

\* ohne Neubauten 2016

	Zermatt	%	Täsch	%	Randa	%
<b>BETTEN</b>						
<b>Betten in Wohnungen (Einheimische)</b>						
Eigenbedarf	4'353	14.45	1'030	27.13	592	36.77
Miete Einheimische	7'362	24.45	854	22.49	315	19.57
<b>Total Einheimische</b>	<b>11'715</b>	<b>38.90</b>	<b>1'884</b>	<b>49.62</b>	<b>907</b>	<b>56.34</b>
<b>Parahotellerie</b>						
<b>Einheimische Gästevermietung</b>	<b>4'459</b>	<b>14.81</b>	<b>333</b>	<b>8.77</b>	<b>124</b>	<b>7.70</b>
<b>Zweitwohnungsbesitzer</b>						
Gästevermietung	1'766	5.86	244	6.43	28	1.74
Eigenbedarf	4'136	13.73	416	10.96	233	14.47
<b>Total Zweitwohnungen</b>	<b>5'902</b>	<b>19.60</b>	<b>660</b>	<b>17.38</b>	<b>261</b>	<b>16.21</b>
<b>Total Betten in Wohnungen</b>	<b>22'076</b>	<b>73.31</b>	<b>2'877</b>	<b>75.77</b>	<b>1'292</b>	<b>80.25</b>
<b>Massenlager</b>	<b>1'014</b>	<b>3.37</b>	<b>115</b>	<b>3.03</b>	<b>294</b>	<b>18.26</b>
<b>Hotellerie</b>	<b>7'025</b>	<b>23.33</b>	<b>805</b>	<b>21.20</b>	<b>24</b>	<b>1.49</b>
<b>Total Betten</b>	<b>30'115</b>	<b>100.00</b>	<b>3'797</b>	<b>100.00</b>	<b>1'610</b>	<b>100.00</b>

## LOGIERNÄCHTE NACH LÄNDERN PRO JAHR

Hotellerie und Parahotellerie in der Destination Zermatt - Matterhorn

	Zermatt 2016	Täsch 2016	Randa 2016	Total 2016	Rang	Total 2015	Rang	Veränd. absolut	Veränd. in %	MA.* in %
* Marktanteil										
<b>LÄNDER NACH KONTINENTEN</b>										
Schweiz	855'407	21'873	3'988	<b>881'268</b>		866'963		14'305	1.65	44.05
Total Europa (ohne CH)	478'479	38'787	7'754	<b>525'020</b>		621'890		-96'870	-15.58	26.24
Total Asien	181'706	10'684	1'836	<b>194'226</b>		176'371		17'855	10.12	9.71
Total Amerika	122'044	1'788	734	<b>124'566</b>		122'746		1'820	1.43	6.23
Total Australien	20'374	330	27	<b>20'731</b>		23'945		-3'214	-13.42	1.04
Total Afrika	4'555	200	88	<b>4'843</b>		3'931		912	23.20	0.24
Nicht in der Länderstatistik enthaltene Logiernächte:										
Massenlager + Camping	73'588	14'334	15'609	<b>103'531</b>		113'287		-9'756	-8.61	5.18
Jahrespauschalen	133'360	9'160	3'840	<b>146'360</b>		154'320		-7'960	-5.16	7.31
<b>Total Logiernächte</b>	<b>1'869'513</b>	<b>97'156</b>	<b>33'876</b>	<b>2'000'545</b>		<b>2'083'453</b>		<b>-82'908</b>	<b>-3.98</b>	<b>100.00</b>

## TOP 20 NATIONEN

Schweiz	855'407	21'873	3'988	881'268	<b>1</b>	866'963	1	14'305	1.65	44.31
Deutschland	148'352	20'617	3'615	172'584	<b>2</b>	208'308	2	-35'724	-17.15	8.68
Vereinigtes Königreich	118'945	2'628	475	122'048	<b>3</b>	147'715	3	-25'667	-17.38	6.14
USA	97'469	1'166	398	99'033	<b>4</b>	93'163	4	5'870	6.30	4.98
Japan	59'089	4'906	108	64'103	<b>5</b>	68'518	5	-4'415	-6.44	3.22
Frankreich	41'439	1'981	629	44'049	<b>6</b>	50'122	6	-6'073	-12.12	2.21
Russische Föderation	28'696	207	369	29'272	<b>7</b>	34'500	7	-5'228	-15.15	1.47
Niederlande	21'832	1'576	509	23'917	<b>8</b>	26'654	8	-2'737	-10.27	1.20
China (ohne Hongkong)	21'950	985	570	23'505	<b>9</b>	22'521	9	984	4.37	1.18
Taiwan	20'144	210	91	20'445	<b>10</b>	14'577	16	5'868	40.26	1.03
Korea	18'157	1'187	57	19'401	<b>11</b>	14'196	17	5'205	36.67	0.98
Australien (mit Neuseeland)	17'916	314	27	18'257	<b>12</b>	21'304	10	-3'047	-14.30	0.92
Italien	15'765	1'485	272	17'522	<b>13</b>	16'094	14	1'428	8.87	0.88
Spanien	12'148	2'352	384	14'884	<b>14</b>	16'118	13	-1'234	-7.66	0.75
Thailand	13'477	1'129	97	14'703	<b>15</b>	12'631	19	2'072	16.40	0.74
Belgien	13'085	1'133	375	14'593	<b>16</b>	17'203	12	-2'610	-15.17	0.73
Schweden	13'390	335	32	13'757	<b>17</b>	20'795	11	-7'038	-33.84	0.69
Kanada	13'044	263	51	13'358	<b>18</b>	13'592	18	-234	-1.72	0.67
Österreich	10'111	1'897	299	12'307	<b>19</b>	11'888	20	419	3.52	0.62
Norwegen	11'750	117	81	11'948	<b>20</b>	15'640	15	-3'692	-23.61	0.60

## LOGIERNÄCHTE NACH UNTERKUNFTSART

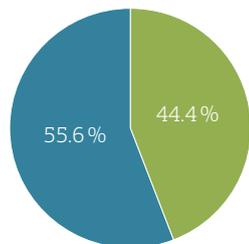
Total Hotellerie	1'240'252	56'194	8'155	1'304'601		1'339'009		-34'408	-2.57	65.21
Total Ferienwohnungen	422'313	17'468	6'272	446'053		476'837		-30'784	-6.46	22.30
Massenlager + Camping	73'588	14'334	15'609	103'531		113'287		-9'756	-8.61	5.18
Jahrespauschalen	133'360	9'160	3'840	146'360		154'320		-7'960	-5.16	7.31
<b>Total</b>	<b>1'869'513</b>	<b>97'156</b>	<b>33'876</b>	<b>2'000'545</b>		<b>2'083'453</b>		<b>-82'908</b>	<b>-3.98</b>	<b>100.00</b>

## LOGIERNÄCHTE HOTELLERIE & PARAHOTELLERIE

Winter / Sommer 2016

### Total Destination Zermatt

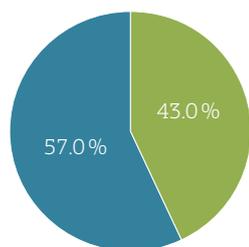
■ Winter ■ Sommer



	Winter	Sommer	Total
Zermatt	1'065'467	804'046	1'869'513
Täsch	34'486	62'670	97'156
Randa	11'504	22'372	33'876
<b>Total</b>	<b>1'111'457</b>	<b>889'088</b>	<b>2'000'545</b>

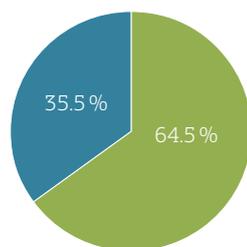
### Zermatt

■ Winter ■ Sommer



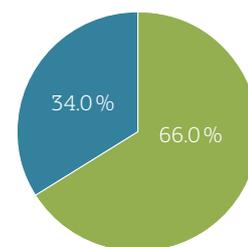
### Täsch

■ Winter ■ Sommer



### Randa

■ Winter ■ Sommer

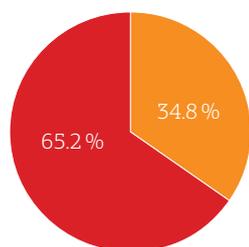


## LOGIERNÄCHTE HOTELLERIE & PARAHOTELLERIE

Jahr 2016

### Total Destination Zermatt

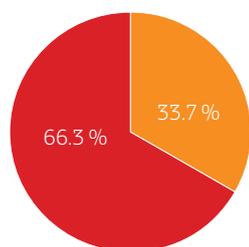
■ Hotellerie ■ Parahotellerie



	Hotellerie	Parahotellerie	Total
Zermatt	1'240'252	629'261	1'869'513
Täsch	56'194	40'962	97'156
Randa	8'155	25'721	33'876
<b>Total</b>	<b>1'304'601</b>	<b>695'944</b>	<b>2'000'545</b>

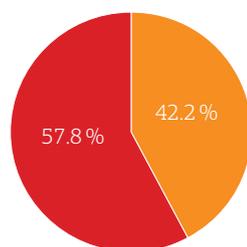
### Zermatt

■ Hotellerie ■ Parahotellerie



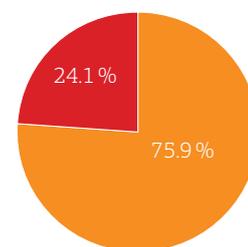
### Täsch

■ Hotellerie ■ Parahotellerie



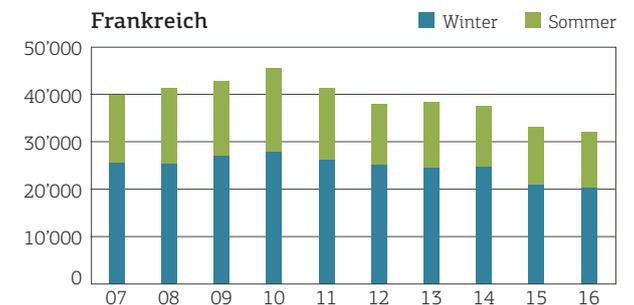
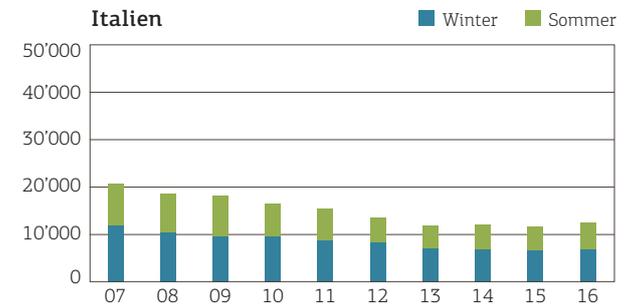
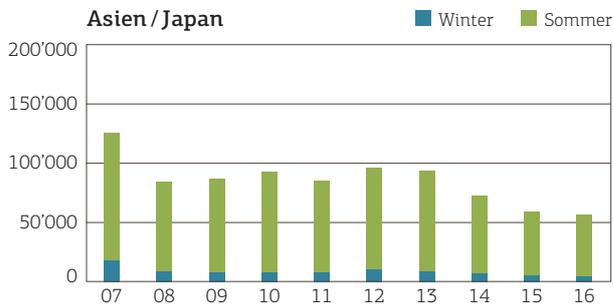
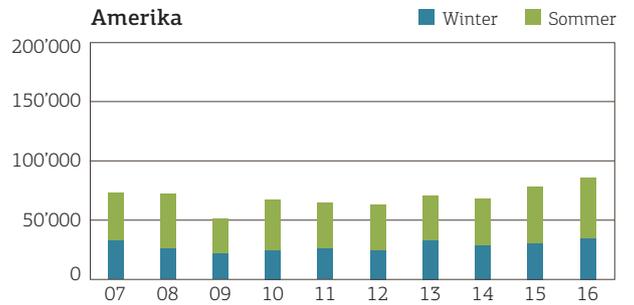
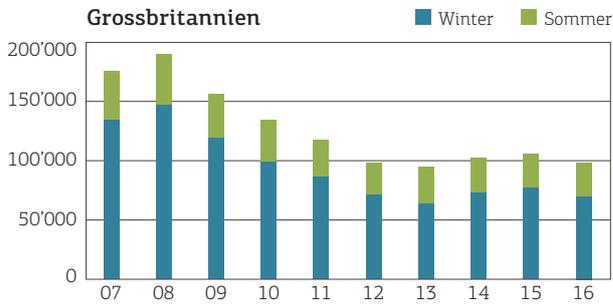
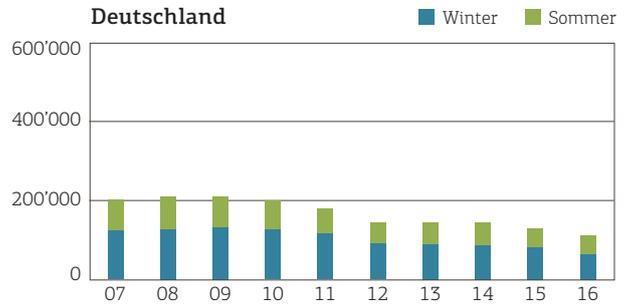
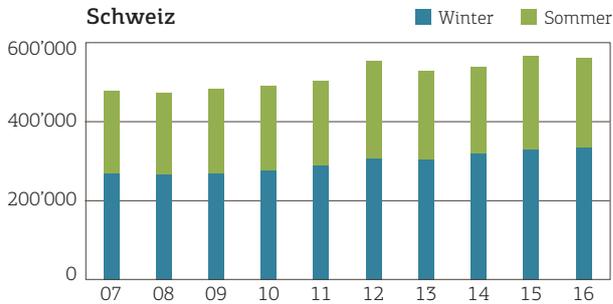
### Randa

■ Hotellerie ■ Parahotellerie



# HOTELLERIE NACH DEN WICHTIGSTEN MÄRKTEN

Zermatt



## LOGIERNÄCHTE NACH TOP 10 NATIONEN

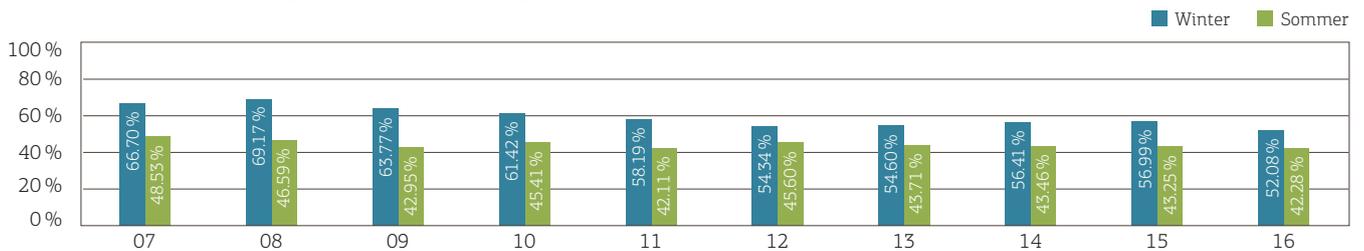
	Hotel 2016	Para 2016	Total 2016	Rang	Total 2015	Veränd. absolut	Veränd. in %	MA* in %
<b>TOP 10 (NATIONEN)</b>								* Marktanteil
<b>Zermatt</b>								
Schweiz	561'025	294'382	<b>855'407</b>	<b>1</b>	840'125	15'282	1.82	45.99
Deutschland	112'080	36'272	<b>148'352</b>	<b>2</b>	181'312	-32'960	-18.18	7.98
Vereinigtes Königreich	98'195	20'750	<b>118'945</b>	<b>3</b>	144'504	-25'559	-17.69	6.39
USA	85'386	12'083	<b>97'469</b>	<b>4</b>	91'436	6'033	6.60	5.24
Japan	56'804	2'285	<b>59'089</b>	<b>5</b>	63'214	-4'125	-6.53	3.18
Frankreich	31'953	9'486	<b>41'439</b>	<b>6</b>	47'471	-6'032	-12.71	2.23
Russland	22'006	6'690	<b>28'696</b>	<b>7</b>	33'826	-5'130	-15.17	1.54
China (ohne Hongkong)	20'174	1'776	<b>21'950</b>	<b>8</b>	20'306	1'644	8.10	1.18
Niederlande	15'615	6'217	<b>21'832</b>	<b>9</b>	23'389	-1'557	-6.66	1.17
China (Taiwan)	19'217	927	<b>20'144</b>	<b>10</b>	14'366	5'778	40.22	1.08
<b>Täsch</b>								
Schweiz	18'092	3'781	<b>21'873</b>	<b>1</b>	23'344	-1'471	-6.30	22.57
Deutschland	11'349	9'268	<b>20'617</b>	<b>2</b>	23'012	-2'395	-10.41	21.27
Japan	4'852	54	<b>4'906</b>	<b>3</b>	5'211	-305	-5.85	5.06
Vereinigtes Königreich	1'667	961	<b>2'628</b>	<b>4</b>	2'632	-4	-0.15	2.71
Spanien	1'968	384	<b>2'352</b>	<b>5</b>	2'454	-102	-4.16	2.43
Frankreich	1'460	521	<b>1'981</b>	<b>6</b>	2'090	-109	-5.22	2.04
Österreich	1'830	67	<b>1'897</b>	<b>7</b>	2'311	-414	-17.91	1.96
Niederlande	1'097	479	<b>1'576</b>	<b>8</b>	2'259	-683	-30.23	1.63
Italien	1'368	117	<b>1'485</b>	<b>9</b>	1'168	317	27.14	1.53
Korea	1'170	17	<b>1'187</b>	<b>10</b>	623	564	90.53	1.22
<b>Randa</b>								
Schweiz	1'936	2'052	<b>3'988</b>	<b>1</b>	3'494	494	14.14	11.90
Deutschland	954	2'661	<b>3'615</b>	<b>2</b>	3'984	-369	-9.26	10.79
Frankreich	415	214	<b>629</b>	<b>3</b>	561	68	12.12	1.88
China	566	4	<b>570</b>	<b>4</b>	111	459	413.51	1.70
Niederlande	169	340	<b>509</b>	<b>5</b>	1'006	-497	-49.40	1.52
Vereinigtes Königreich	475	0	<b>475</b>	<b>6</b>	579	-104	-17.96	1.42
Übriges Westasien	474	0	<b>474</b>	<b>7</b>	126	348	276.19	1.41
USA	335	63	<b>398</b>	<b>8</b>	536	-138	-25.75	1.19
Spanien	366	18	<b>384</b>	<b>9</b>	425	-41	-9.65	1.15
Belgien	115	260	<b>375</b>	<b>10</b>	355	20	5.63	1.12

## BETTENBELEGUNG HOTELLERIE

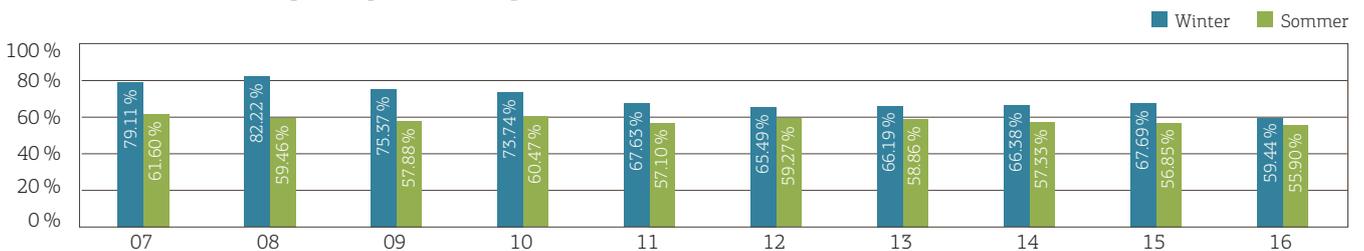
Zermatt

	Winter 2015/16	Sommer 2016	Jahr 2016
Anzahl Logiernächte	678'738	561'514	1'240'252
Vorhandene Betten	7'167	6'883	7'025
Anz. Logiernächte pro Bett	95	82	177
Auslastung in %	52.08 %	42.28 %	46.86 %
Verfügbare Betten	6'309	5'277	5'884
Anz. Logiernächte pro Bett	108	103	228
Auslastung in %	59.44 %	55.90 %	57.78 %

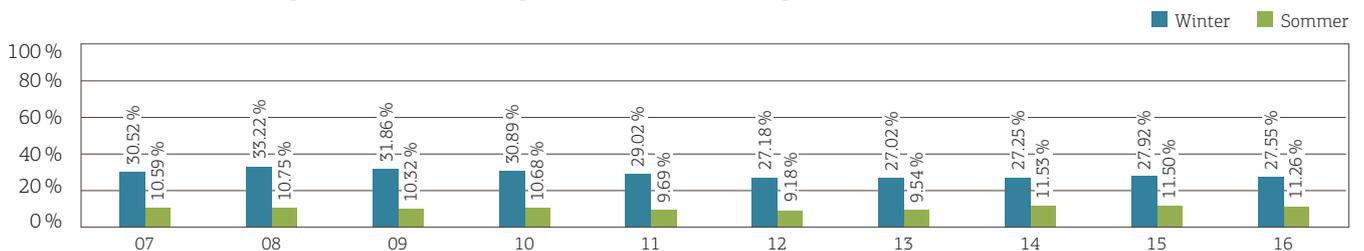
Zermatt: Auslastung vorhandene Betten pro Jahr (Hotellerie)



Zermatt: Auslastung verfügbare Betten pro Jahr (Hotellerie)

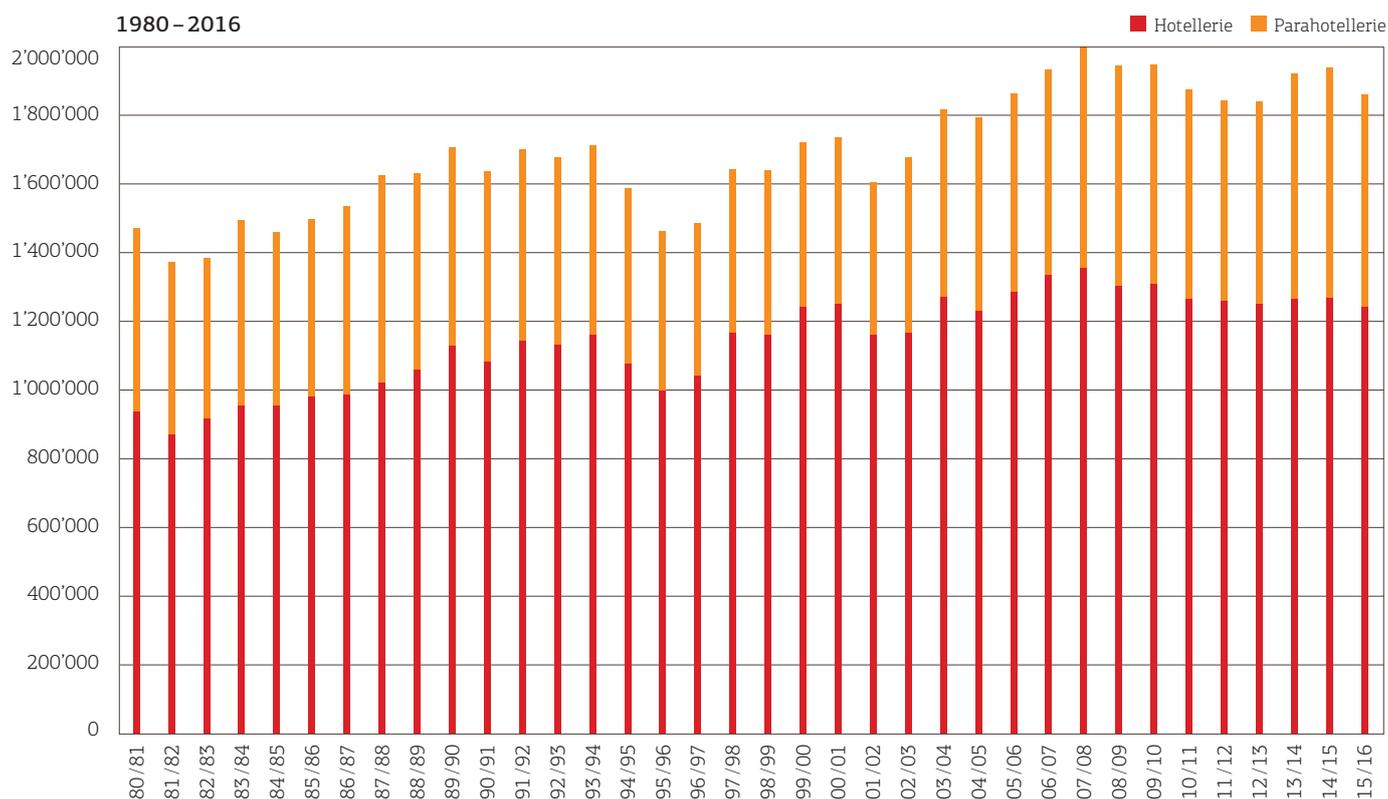
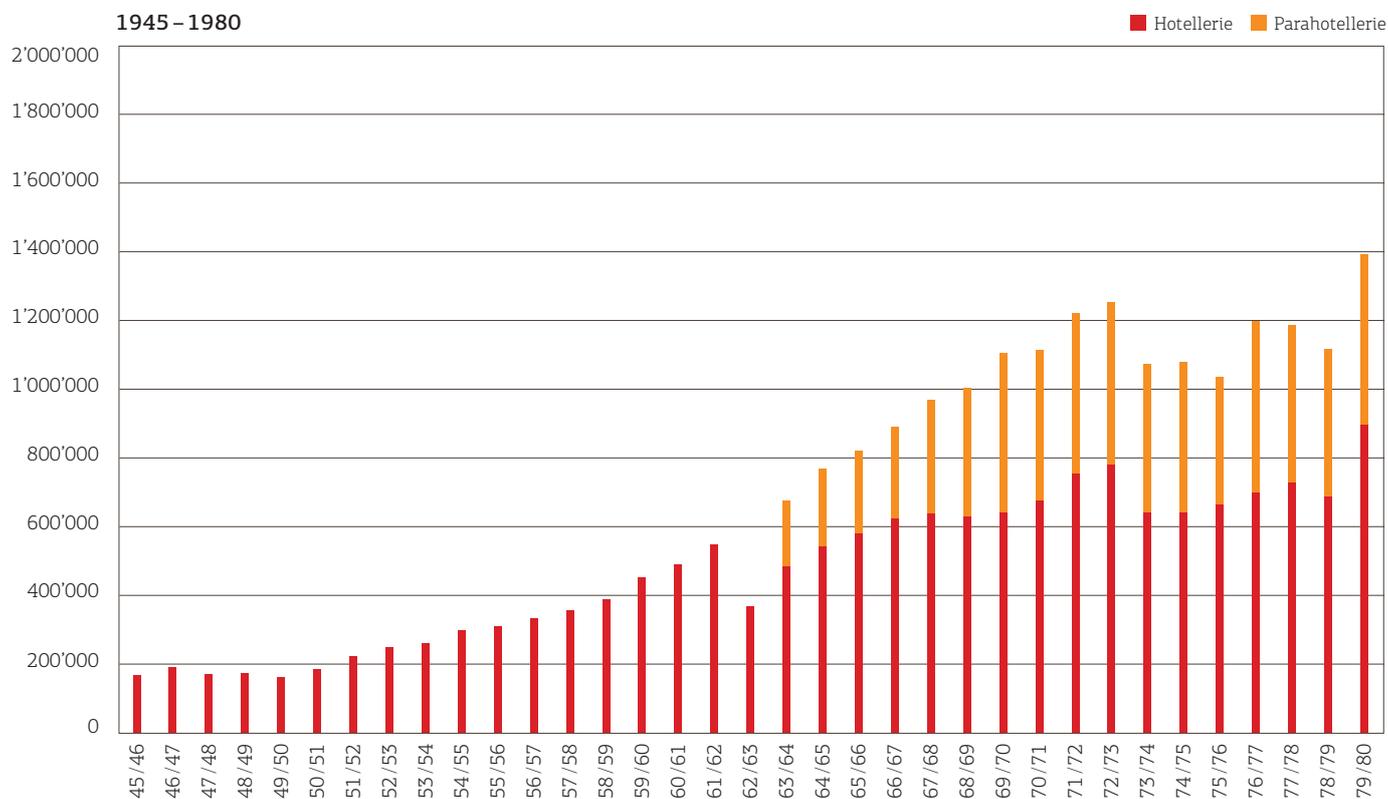


Zermatt: Auslastung vorhandene Betten pro Jahr (Ferienwohnungen)



## ENTWICKLUNG LOGIERNÄCHTE HOTELLERIE UND PARAHOTELLERIE

Zermatt



---

Zermatt Tourismus  
Bahnhofplatz 5, 3920 Zermatt  
Tel. +41 (0)27 966 81 00  
info@zermatt.ch  
www.zermatt.ch