



JAHRESBERICHT 2022

No matter what.[®]
zermatt.swiss



INHALTS- VERZEICHNIS

Grusswort des Präsidenten	4
Organisation Zermatt Tourismus	7
Vorstandsarbeiten und Direktion	10
Marketing	14
Destinations-Service	24
Datenschutz	32
Finanzen	34
Eckdaten und Statistiken	44

GRUSSWORT DES PRÄSIDENTEN



Paul-Marc Julen, Präsident Zermatt Tourismus

Bereits zum wiederholten Male darf ich an dieser Stelle das Grusswort schreiben. Natürlich habe ich mir, in meiner Vorbereitung auf die diesjährigen Zeilen, die vergangenen Ausgaben angeschaut. Dabei ist mir aufgefallen, wie unglaublich schnell sich die Rahmenbedingungen für unseren Tourismus in den letzten Jahren jeweils verändert haben.

Kaum war die Covid-19-Krise vorbei, durften wir während der vergangenen Wintersaison zwar mit wenig Schnee aber dafür umso beständigerem, sonnigem Wetter arbeiten, was bei den meisten Leistungspartnern zu sehr guten Ergebnissen geführt hat. Vor allem die Stammgäste aus der Ferne, welche teilweise zwei Wintersaisons unfreiwillig pausieren mussten, konnten wieder in ihre Herzensdestination Zermatt – Matterhorn reisen. Zusammen mit dem, seit der Pandemie überdurchschnittlich gut laufenden Binnentourismus, präsentierten sich die Monate November bis April als eine Periode, welche zusammengefasst einen Rekordwert punkto Logiernächte aufweist.

Letzteres kann leider für den Sommer 2022 nicht behauptet werden. Obwohl wir insgesamt einen guten Sommer hatten, machte sich doch die wiedergewonnene Reisefreiheit der Schweizer und Europäer bemerkbar. Wir durften erneut viele Gäste aus Übersee, vor allem aus den USA, bei uns begrüßen. Die teilweise noch zurückhaltenden Reisebedingungen in einigen asiatischen Märkten drückten jedoch auf die absoluten Logiernachtzahlen. In der Folge vermochten wir den Rückgang der Nachfrage im Binnentourismus nicht zu kompensieren.

Das Gesamtjahr präsentiert sich somit ordentlich und verleitet zu der beruhigenden Gewissheit, dass unser Produkt auf den Reisemärkten nach wie vor gefragt ist und die heutige Gesellschaft – trotz allem Reisen – die Schönheiten dieser Welt erkunden will.

Dennoch dürfen wir uns nichts vormachen: Die Veränderung ist die einzige Konstante und wie eingangs erwähnt, verändern sich die Rahmenbedingungen unseres Marktumfelds unglaublich schnell!

Gerade tobt unweit von uns ein brutaler Angriffskrieg, dessen Auswirkungen wir momentan hauptsächlich auf dem Energiemarkt spüren. Die Diskussionen und nicht zuletzt die reisserischen Kommentare einiger Pressehäuser bezüglich der unsinnigen Stromsparmassnahmen im Bergtourismus, belasten das Image unserer Branche. Ich hoffe, dass wir die Auswirkungen in den kommenden Monaten nicht zu spüren bekommen. Denn wer will schon das Risiko eingehen, seinen Urlaub in einer Tourismusdestination zu buchen, deren Anlagen zeitweise oder sogar komplett stillgelegt werden? Wer ist schon bereit, sich unfreiwillig während seines Urlaubes einschränken zu müssen?

Bei allem Verständnis für die Sparappelle der Politik,

ist es meiner Meinung nach höchste Zeit, von gewissen Positionen einiger Flügelparteien und Verbänden abzusehen und endlich wieder zurück auf den Boden der Tatsachen zu finden. Ohne eine von anderen Ländern unabhängige Energiepolitik, welche die modernsten Technologien aller CO₂-neutralen Energiequellen kombiniert, riskieren wir den Wohlstand der künftigen Generationen, wie auch das Image der Schweiz als eines der begehrtesten Reiseländer der Welt.

Veränderungen bedarf es auch im Hinblick auf die lokalen Herausforderungen wie Fachkräftemangel, Wohnraum für Mitarbeitende und das Tourismusbewusstsein im Lebensraum der Destination. Dabei wird es wichtig sein, dass wir uns auf die Grundwerte unserer Destinationsstrategie besinnen und gemeinsam nach Lösungen suchen. Diese, zugegebenermassen teilweise hausgemachten, Herausforderungen sind nur dann zu bewältigen, wenn jeder in Eigenverantwortung seinen Teil dazu beiträgt, nicht mit dem Finger auf die anderen zeigt und sich weigert, seine Komfortzone zu verlassen.

Selbstverständlich gehen wir dabei ein gewisses Risiko ein! Uns weiterzuentwickeln, zu verbessern, das Angebot auszubauen, jetzt noch ein FIS Ski Weltcup Event zu veranstalten, Investitionen in die Digitalisierung zu tätigen und vieles mehr, bringt immer Gefahren mit sich. Die Alternative wäre, die Bemühungen einzustellen, entgegen dem Erfolgsrezept unserer Vorfahren, auf einmal zurückzuschrauben, zu stagnieren und die Entwicklung der letzten Jahre kritisch zu hinterfragen. Bei allem Respekt für all diejenigen, welche diesen weniger ambitionierten Weg bevorzugen würden. Persönlich bin ich der Meinung, dass genau das falsch wäre. In Folge würden wir die Errungenschaften vorheriger Generationen aufs Spiel setzen. Wir würden unseren Wohlstand und schlussendlich auch unseren Lebens-

raum aufs Spiel setzen. Wer rastet, der rostet und auch diese Veränderung schreitet rasant schnell voran.

Abschliessend bin ich der Meinung, dass wir nur mit einer konsequenten Vorwärtsstrategie die Erwartungen unserer Gäste weiterhin erfüllen können. Nur mit Ambitionen für die Zukunft können wir uns auf die Veränderungen, bedingt durch den Klimawandel, einstellen, welche auch Veränderungen der Rahmenbedingungen im Tourismus mit sich bringen werden. Die Destination Zermatt – Matterhorn hat die besten Voraussetzungen, sich diesen Herausforderungen zu stellen. Nicht zuletzt aufgrund seiner treuen Gäste, welche uns Jahr für Jahr besuchen und ihre positiven Erfahrungen und Emotionen Bekannten wiedergeben und somit zu den wichtigsten Werbeträgern unserer Destination zählen. Wir weisen zudem unabdingbare Kriterien wie intakte Strukturen, professionelle Mitarbeitende, eine motivierte Bevölkerung und eine wunderschöne Natur- und Bergwelt vor.

Einen grossen Dank an alle Partner für die wohlwollende Unterstützung, an die Leistungspartner für den unermüdlichen Einsatz und an unseren Kurdirektor, der neuen Geschäftsleitung sowie allen Mitarbeitenden von Zermatt Tourismus. Vielen Dank aber vor allem all unseren Gästen für den Besuch in der Destination! Hoffentlich sehen wir uns bald wieder.

Paul-Marc Julen



ORGANISATION ZERMATT TOURISMUS

Stand 31.10.2022

Delegierte	Titel	Vertreter	Zugehörigkeit
Paul-Marc Julen	Präsident	Hotellerie	Vorstand
Markus Hasler	Vizepräsident	Bahn – ZBAG	Vorstand
Annette Fux		Täsch	Vorstand
Fernando Lehner		Bahn – MGB/GGB	Vorstand
Iris Kündig-Stössel		Einwohnergemeinde Zermatt	Vorstand
Leo Schuler		Burgergemeinde Zermatt	Vorstand
Manfred Julen		Gewerbe	Vorstand
Mario Fuchs		Parahotellerie	Vorstand
Michel Franzen		Hotellerie	Vorstand
Sebastian Metry		Hotellerie	Vorstand
Aldo Brantschen		Randa	Delegierter
Beat Wälti		Bergführer	Delegierter
Bianca Ballmann		Einwohnergemeinde Zermatt	Delegierte
Cor Groenenboom		Parahotellerie	Delegierter
Egon Gsponer		Bahn – MGB/GGB	Delegierter
Fernando Clemenz		Burgergemeinde Zermatt	Delegierter
Franz Julen		Bahn – ZBAG	Delegierter
Gerold Biner		freies Aktivmitglied	Delegierter
Jürg Stähli		freies Aktivmitglied	Delegierter
Klaus Tscherrig		Täsch	Delegierter
Paul Summermatter		Randa	Delegierter
Philipp Fuchs		Gewerbe	Delegierter
Sacha Darioli		Gastronomie	Delegierter
Sämy Aufdenblatten		Skischulen	Delegierter
Valérie Julen		Gastronomie	Delegierte
Quadis Revision, Susten Bär & Karrer, Zürich		Revisionsstelle Datenschutz-Rechtsberatung	

TEAM ZERMATT TOURISMUS 2022



VORSTANDSARBEITEN UND DIREKTION

Die Destination Zermatt – Matterhorn startete mit grosser Ungewissheit in das Geschäftsjahr 2021/2022: Geht die Pandemie im Berichtsjahr zu Ende oder ist mit weiteren Einschränkungen im Reisesektor zu rechnen? Obwohl die Wintersaison noch mit Einschränkungen im Bereich der Gastronomie zu kämpfen hatte und viele unserer Herkunftsmärkte weiterhin Reiserestriktionen aufwiesen, haben gute Schneesverhältnisse und Kaiserwetter – von Dezember bis Ende Februar hat die Sonne praktisch durchgeschienen – zu unerwartet guten Frequenzen geführt. Vor allem viele Schweizer Gäste haben unsere Destination mit einem Besuch beehrt und nebst den Bahnen auch bei Hotels sowie in der Gastronomie zu einer schnellen Erholung nach der Pandemie geführt. Im Sommer sind ferner die Fernmärkte aus USA und Asien vollends zurück an den Fuss des Matterhorns gekehrt, so dass praktisch kein Unterschied mehr zu pre-Covid auszumachen war. Dabei hat sicher auch die gute Positionierung von Zermatt – Matterhorn und dem tollen Angebot, das unsere Destination bietet, stark mitgeholfen: Im Benchmark zeigt Zermatt eine überproportional gute Erholung gegenüber anderen Mitbewerbern. Dies ist eine grosse Motivation für die Entscheidungsträger, auch in Zukunft auf die Karte «Weiterentwicklung und Verbesserung» zu setzen. Die strategischen und operativen Gremien von Zermatt Tourismus haben sich dieser Doktrin verschrieben und im Berichtsjahr auch an den Grundsteinen wie Reglementen, Statuten und Prozessen von Zermatt Tourismus gearbeitet.

Finanzen, Reglemente und Statuten

Nach einer Routinekontrolle der Destinationsgemeinden im Bereich der touristischen Taxen durch das kantonale Finanzinspektorat wurde Handlungsbedarf bei den Kurtaxenreglementen und den Prozessen beim Inkasso aufgedeckt. Eine Arbeitsgruppe – bestehend aus Vertretern der drei Destinationsgemeinden und Zermatt

Tourismus – hat sich den Mängeln angenommen und die Vorgaben des Finanzinspektorates umgesetzt. Dabei mussten auch die Kurtaxenreglemente angepasst werden, ein Vorgang der auch von den Urversammlungen der drei Gemeinden abgesegnet werden musste. Zudem mussten auch verschiedene Passagen der Statuten von Zermatt Tourismus angepasst werden. Diese Projekte konnten allesamt erfolgreich abgeschlossen werden. Die Diskussion rund um die Kurtaxenreglemente hat zwei weitere Aufgaben für die Destination aufgezeigt: es handelt sich einerseits um eine Überarbeitung der Tourismusförderungs-Reglemente wie auch über die Beteiligung der Tagesgäste an der Finanzierung der touristischen Infrastruktur. Die beiden Punkte wurden als neue Projekte definiert und werden in naher Zukunft bearbeitet.

Anpassung der Kurtaxen

Die Ansprüche an Zermatt Tourismus sind in den letzten Jahren gewachsen und damit auch der Aufgabenkreis. Vor allem die angestrebte Digitalisierung nach innen und aussen ist ein kostenintensives Vorhaben. Es war also an der Zeit, der seit 1992 geltende Beitrag an Zermatt Tourismus aus der Kurtaxe von CHF 2.10 anzupassen. Da sich auch eine Finanzierungslücke beim Eventpool aufgemacht hat, haben die verschiedenen Gremien (Vorstand, Delegiertenrat, Generalversammlung ZT wie auch die Urversammlungen der Destinationsgemeinden) beschlossen, die Kurtaxe per 1. November 2022 um einen Franken auf CHF 4.00 pro Gast und Nacht anzupassen. Diese Steuer teilt sich zukünftig wie folgt auf: CHF 1.00 für den Eventpool, CHF 0.40 für den Infrastrukturfonds und CHF 2.60 für das ordentliche Budget von Zermatt Tourismus, aus dem dann nochmals rund 15% für den Unterhalt der touristischen Infrastruktur wie Wanderwege, Loipen und Sportanlagen bezahlt wird. Die Anpassung der Kurtaxe erfolgte unter Einbezug aller Anspruchsgruppen wie Hoteliers,



Neue Geschäftsleitung von Zermatt Tourismus, v.l.n.r.: Daniel Luggen, Kurdirektor, Peter Kronig, Leiter Unternehmensentwicklung & Personal, Selina Döringer, Leiterin Marketing, Fabrizio Gull, Leiter Destinations-Service

Ferienwohnungsbesitzern aber auch den Zweitwohnungsgästen, welche die Kurtaxe in Form einer Pauschale bezahlen und ebenfalls von der Erhöhung betroffen sind. Die Erarbeitung verlief in einem konstruktiven Dialog und fand verdankenderweise überall eine grosse Zustimmung, was sicher auch der bisher durch Zermatt Tourismus geleisteten Arbeit und dem Leistungsausweis zugeschrieben werden darf.

Operatives Führungsteam

Janine Imesch und Christian Ziörjen, beides Mitglieder der Geschäftsleitung, haben im Berichtsjahr ihre Kündigung eingereicht. Zermatt Tourismus bedankt sich bei den beiden für die erfolgreiche und langjährige

Mitarbeit und ist erfreut, dass beide auch in Zukunft in der Destination tätig sein werden: Janine Imesch im elterlichen Taxi-Betrieb und Christian Ziörjen als Geschäftsführer der Weltcuprennen «Matterhorn Cervino Speed Opening». Die beiden offenen Stellen konnten mit zwei jungen und ambitionierten Kräften besetzt werden: Selina Döringer als Verantwortliche für das Marketing und Fabrizio Gull als Leiter Destinations-Service. Die beiden haben zuvor erfolgreich die Moosalpregion geführt und neu positioniert. Die Geschäftsleitung wurde zudem neu durch Peter Kronig, Verantwortlicher Unternehmensentwicklung und Personal, ergänzt.



Strategische Weiterentwicklung

Die Strategieguppe, deren Leitung und Koordination Zermatt Tourismus obliegt, hat sich besonders während der Pandemie-Krise bewährt: Handlungen und Kommunikation wurden unter den Leistungspartnern abgesprochen und umgesetzt. Im Berichtsjahr widmete sich die Gruppe nun wieder den ordentlichen Themen. Ein Besuch in Andermatt hatte zwei Herausforderungen zum Thema, welche in Zermatt – Matterhorn besonderer Aufmerksamkeit in Zukunft benötigen. Zum einen beinhaltet dies die ganze Thematik der Mitarbeitenden-Gewinnung, angefangen von interessanten Anstellungskonzepten bis hin zur Unterbringung der hier Arbeitenden. Zum anderen das Thema Nachhaltigkeit: hier hat Zermatt seit Jahren eine Führungsrolle innerhalb des Tourismus, aber auch nach wie vor ein grosses Entwicklungspotential. Die Besichtigung der Fernwärmanlage in Göschenen hat den Entscheidungsträgern aufgezeigt, wie eine schonende Beheizung eines Grossteils der Gebäude zukünftig platz- und ressourcensparend umgesetzt werden könnte. Der Ball wurde von der Gemeinde Zermatt aufgenommen.

Digitalisierung

«Digitalisierung ist ein Marathon und kein Sprint», so Kurdirektor Luggen an der letzten Generalversammlung von Zermatt Tourismus. Wie recht er damit behält, zeigt das Vorankommen der Bonfire-Projekte. Trotz hohem Ressourceneinsatz kommen die Projekte nur langsam voran. Dennoch gibt es auch immer wieder Erfolgsmeldungen zu verzeichnen: so ist beispielsweise der Umsatz über die Matterhorn-App erstmals über zwei Millionen Schweizerfranken gestiegen. Eine Umfrage bei Gästen und Einheimischen zeigt auf, dass die App beliebt ist und rege genutzt wird. Auch in Sachen Meldeschein konnten Fortschritte erzielt werden, in dem rechtliche Grundlagen über die Datenerhebung im Kurtaxenreglement verankert wurden. Der wohl grösste

Erfolg und damit auch ein Beweis, dass Bonfire trotz vielen Rückschlägen der richtige Ansatz ist, war die Zusage des SECO, welches im Rahmen von Innotour einen namhaften Betrag an das Projekt «Marktplatz» zugesichert hat. Das Projekt wird im kommenden Jahr neu lanciert und soll das Angebot von Zermatt – Matterhorn gebündelt, digitalisiert und einfach kaufbar darstellen.

Neues Top-Event

Unsere Destination ist bemüht, stets Topqualität und -service erfolgreich an unsere Gäste zu bringen. Dazu gehören auch tolle Events, welche weit über die Landesgrenzen ersichtlich sind. Gleich in doppeltem Sinne haben das in Rekordzeit aus dem Boden gestampfte «Matterhorn Cervino Speed Opening» Landesgrenzen überwunden: zum einen führt die Strecke aus der Schweiz nach Italien, zum anderen ist dies ein neues Event im alpinen Skiweltcup-Kalender mit weltweiter Ausstrahlung und Innovationskraft. Zermatt Tourismus war von erster Stunde eng an der Erarbeitung beteiligt. Schade, dass die erste Austragung ausgerechnet einem Jahrhundert-Sommer und -Herbst mit ausserordentlich hohen Temperaturen zum Opfer gefallen ist. «Aufgeschoben ist nicht aufgehoben» – so freuen wir uns auf die Premiere im 2023.

MARKETING

Das letzte Jahr stand ganz im Zeichen der Veränderung. In vielen Bereichen wagte man sich auf unbekanntes Terrain und so war das ganze Team im Rahmen der Erstausgabe des Matterhorn Cervino Speed Openings gefordert, sich auf Neues und Unbekanntes einzulassen.

Daneben gab das neue Corporate Design dem Marketing-Auftritt einen frischen Farbanstrich und der Wechsel der Marketingleitung nach vielen Jahren der Konstanz war ebenfalls eine einschneidende Veränderung. Auch in Bezug auf die Entwicklung der internationalen Märkte gab es zu Beginn des Jahres Unsicherheiten, umso positiver ist die schnelle Erholung der Übersee-Märkte.

HOME OF WINTER 2.0

Nach erfolgreicher Lancierung der Kampagne «Home of Winter» im Vorjahr ging man im Winter 2021/22 mit der Kampagne in die zweite Runde. Im vergangenen Winter wurde die Kampagne zudem wieder international und nicht nur auf nationaler Ebene ausgespielt, um die Tätigkeiten auf den Fernmärkten wieder anzukurbeln. Die Kampagne wurde von Anfang Oktober bis Mitte April auf den Online-Kanälen ausgespielt und von diversen Marketing-Aktionen in und ausserhalb der Destination begleitet. Mit den e-Boards an einigen Schweizer Bahnhöfen sowie an der Bahnhofstrasse in Zürich hat man Zermatt als «Home of Winter» der städtischen Bevölkerung präsentiert und durch spezifische Newsletter-Journeys konnten die Winterpauschalen gezielt beworben werden. Mithilfe der Schaltung von Lead Ads konnten gezielt primäre Daten – sprich Newsletter-Anmeldungen – generiert werden. Den Winter eröffnete Zermatt Tourismus mit einem Tag gefüllt mit Livestreams hinter den Kulissen von Zermatt.

Während der Wintersaison bildeten der Wettbewerb rund um den Fotopoint im Igldorf sowie die Winter Celebrations die Highlights. Dass Zermatt für ein vielfältiges Wintersport-Angebot steht, hat die Blick-Community bei den BLICK Winter Awards bewiesen: Zermatt – Matterhorn hat sich den ersten Platz in der Kategorie «Sport und Spass» gesichert. Alles in allem konnte die Kampagne in einer zweiten Saison sehr erfolgreich weitergeführt und der Umsatz um 4 % gegenüber dem Vorjahr gesteigert werden.

Verschiedene Marketing- Aktivitäten im Rahmen der Kampagne «Home of Winter 2.0»

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





BIG SUMMER 2.0

Auch im Sommer 2022 griff man analog dem Winter auf Bewährtes zurück: BIG SUMMER 2.0 war der Aufhänger der Sommerkampagne 2022. Das Keyvisual erhielt ein Refresh, um die Premium-Destination Zermatt – Matterhorn in der ganzen Welt zu bewerben. Dank der Zusammenarbeit zwischen Zermatt Tourismus, Zermatt Bergbahnen AG, Hotelier Verein Zermatt, Gornergrat Bahn und Zermatt Apartment Verein konnte die Kampagne gross angelegt und die zahlreichen Möglichkeiten der digitalen Instrumente ausgeschöpft werden.

Begleitet wurde die Kampagne durch das Online-Community-Projekt #bucketlistzermatt. Bei diesem Projekt konnte die Zermatt-Online-Community (Newsletter-Leser, Instagram-Follower und Facebook-Fans) an vier über den Sommer verteilten Abstimmungen entscheiden, welche Aktivitäten von auserwählten Content Creators getestet werden sollen. Im Anschluss wurden diese den Zermatt-Fans in einem After-Movie präsentiert. Bei der Durchführung der Aktivitäten konnte Zermatt Tourismus erneut auf die sehr gute Zusammenarbeit mit den verschiedensten Leistungspartnern in der Destination zählen. Insbesondere auf die Breithorn-

Besteigung, welche mit einem sehr ansprechenden und professionellen After-Movie glänzte, waren die Reaktionen aus der Community überwältigend. Alle Videos wurden im Anschluss auf der Webseite www.zermatt.ch/bucketlistzermatt zusammen mit den buchbaren Angeboten veröffentlicht, damit die produzierten Inhalte ebenfalls in den Folgejahren Verwendung finden.

Daneben wurde unter dem Dach der Schweiz Tourismus-Kampagne «100 % Women» völlig unerwartet der 100 % Women-Weltrekord «Die längste Frauenseilschaft der Welt», in Zermatt durchgeführt. Innert kürzester Zeit organisierte sich die Destination, damit am 17. Juni 2022 80 Frauen aus 25 Ländern in einer Seilschaft das Zermatter Breithorn besteigen konnten. So trugen sie emotionale Bilder in die Welt hinaus. Das Breithorn sorgte gleich für ein weiteres Highlight. Die erste Bergführerin der Schweiz Nicole Niquille, die heute querschnittsgelähmt ist, bestieg anfangs Juli 2022 mit 16 Frauen, darunter auch eine Mitarbeiterin von Zermatt Tourismus, den einfachsten Viertausender der Alpen.



Auswahl der verwendeten Banner inklusive des BIG SUMMER-Visuals für den Sommer und den Herbst

Ein bewegtes Jahr rund um die Weltcup-Premiere

Mit der kurzfristigen Zusage, die ersten Weltcup-Rennen am Matterhorn bereits im Herbst 2022 zu organisieren, haben sich die Destination und insbesondere das Organisationskomitee einer grossen Herausforderung angenommen. Mit viel Engagement hat sich eine ganze Destination ein grosses Ziel auf die Fahne geschrieben und wurde durch die klimatischen Bedingungen vor eine noch grössere Herausforderung gestellt. Die Organisation war bereit, schlussendlich hat es nicht sollen sein und so mussten die ersten Weltcup-Rennen am Matterhorn kurz vor der eigentlichen Austragung abgesagt werden. Doch in Zermatt liess man den Kopf nicht hängen. Zermatt Tourismus hat in vorbildlicher

Team-Arbeit und in Zusammenarbeit mit den entsprechenden Leistungspartnern kurzerhand ein Gäste-Ski-rennen auf die Beine gestellt und die Zermatter Gäste zu den Stars des ersten Weltcup-Wochenendes gemacht. Die Vorfreude auf die Erstaustragung 2023 ist nach diesem Event umso grösser.

In den Vorbereitungen zum grossen Event war das Marketing-Team von Zermatt Tourismus insbesondere in der Kommunikation im OK eingebunden. Weiter wurde eine Weltcup-Pauschale kreiert, die man im Rahmen einer eigenen Online-Kampagne erfolgreich beworben und verkauft hat.



Anstelle der Erstausrüstung der Matterhorn Cervino Speed Opening wurden die Gäste an einem Skirennen zu den Stars gemacht.



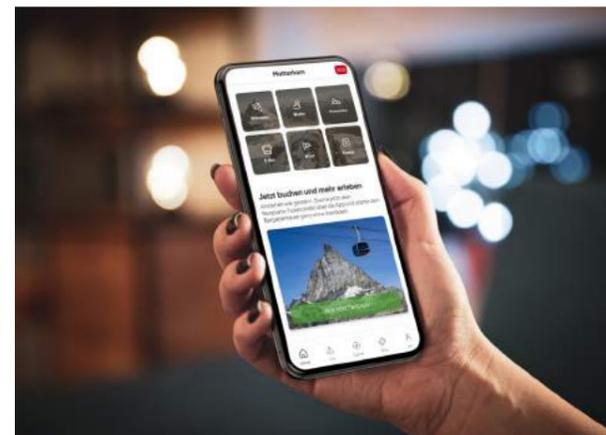
Verkaufsaktivitäten für die Destination

Durch die weltweiten Lockerungen der Covid-Massnahmen waren vermehrt wieder Reisen möglich. So wurde eine Reise nach Nordamerika unternommen sowie ein exklusiver Zermatt-Event in der privaten Residenz des Schweizer Botschafters in Stockholm organisiert. Weiter fanden Workshops für die Märkte Nordamerika und Brasilien in der Schweiz statt. Die Teilnahme am «Switzerland Travel Market – Luxury Edition» in Gstaad brachte weitere wertvolle Kontakte in der Luxus-Branche. Ebenfalls konnte im Luxus-Segment ein Virtuoso-Webinar mit rund 100 nord-amerikanischen Reiseveranstaltern abgehalten werden.



Release der Matterhorn App 2.0 im Sommer 2022

Release der Matterhorn App 2.0 im Sommer 2022



Digital Marketing

Im Geschäftsjahr 2022 konnte das Digital Marketing Team zahlreiche Projekte erfolgreich umsetzen.

Mit knapp 150'000 Downloads und über 14'000 monatlich aktiven Nutzern ist die Matterhorn App ein beliebter und viel genutzter Helfer bei unseren Gästen. Aktuelle Nutzerumfragen zeigen eine hohe Zufriedenheit sowie Weiterempfehlungsquote an, sowohl bei den Gästen als auch bei den Leistungspartnern innerhalb der Destination. Mit dem Release der Matterhorn App 2.0 im September 2022 wurde der Light Refresh der Marke Zermatt – Matterhorn gestartet. Damit wirkt die Matterhorn App zeitgemässer und schafft dank weiteren Usability-Optimierungen ein verbessertes Erlebnis für Kundinnen und Kunden.

Im **E-Mail-Marketing** erreichen wir im Destinationsnewsletter aktuell eine Öffnungsrate von über 40% (Stand Vorjahr noch bei ebenfalls guten ca. 30%). Kombiniert mit sehr guten Click-Raten und tiefen Abmelderaten bestätigen diese Kennzahlen einen sehr hohen Qualitätsstandard im Bereich E-Mail-Marketing. Dank dem Launch der «Community Cloud» konnte zudem das Content-

Management für alle Submandanten im Bereich E-Mail-Marketing deutlich modernisiert und vereinfacht werden. Auch im E-Mail-Marketing wurde der Refresh im Bereich CI/CD erfolgreich, zugunsten eines modernen und integrierten Auftritts, umgesetzt.

Das **zTerminal** konnte mit wenigen Änderungen an die Anforderungen des angepassten Kurtaxenreglements adaptiert werden. Somit verfügt Zermatt Tourismus mit dem zTerminal über eine effiziente, digitale Lösung, die allen Leistungspartnern zur Verfügung steht und die Anforderungen des neuen Kurtaxenreglements abdeckt.

Dank einer soliden Erfahrungsbasis im Bereich **Digitale Kampagnen** übertreffen die diesjährigen Resultate die Vorjahresumsätze. Mit HOME OF WINTER 2.0 sowie BIG SUMMER 2.0 konnten insgesamt CHF 1'405'805 Umsatz generiert werden, bei einer KUR von 22%. Dies entspricht einer Conversion-Steigerung von + 24% über beide Kampagnen hinweg.

Mit der Implementation der **Salesforce Sales Cloud** wurde das letzte server-basierte Marketing-Tool bei Zermatt Tourismus zugunsten einer Cloud-Lösung abgelöst. Mit der Salesforce Sales Cloud verfügen die Teams in den Bereichen PR, Product Manager und Marketing Services nun über eine moderne CRM-Lösung für die Erfassung und Bearbeitung von Kontakten im Bereich Medien und Reiseveranstalter.

Die im August lancierten **Digital News** informieren Leistungspartner sowie weitere interessierte Personen vierteljährlich über digitale Trends und Entwicklungen in der Destination, im Tourismus und darüber hinaus. In diesem Newsletter teilt das Team Digital Marketing von Zermatt Tourismus wichtige Erfahrungswerte, Kenntnisse, aber auch Trends und Neuentwicklungen aus dem digitalen Bereich.



Bucketlist-Challenge mit Influencern wie saturday.and.sunday

Der Wettbewerb beim Iglu-Fotopoint lockte viele Gäste an



Social-Media-Zuwachs

Es darf wiederum ein erfreulicher Zuwachs der Fangemeinde auf den Social-Media-Kanälen verzeichnet werden:

f Facebook	278'850	+ 3%
@ Instagram	303'500	+ 11%
▶ Youtube	2'850	+ 6%
in LinkedIn	4'800	+ 63%
🎵 TikTok	2'900	neu

Mit der Aufnahme von neuen Kanälen in das Bearbeitungs-Portfolio sollen neue Zielgruppen erreicht werden können.

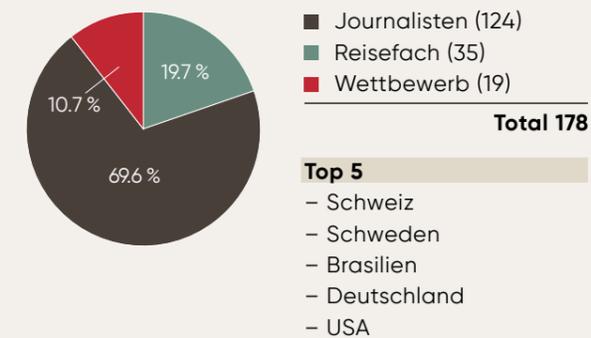
Medienarbeit / Reisefachbetreuung

Auch in diesem Jahr betreute Zermatt Tourismus eine Vielzahl von Medienschaffenden und Reiseagenten. Dank der Erfahrung und der Flexibilität des Marketing-Teams konnten diese professionell betreut werden.

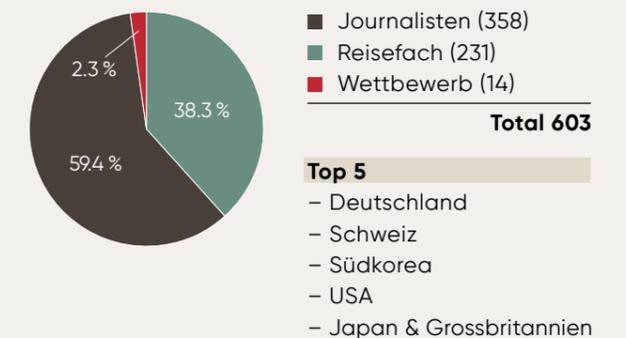
Ankünfte nach Segment & Ländern in der Destination

Vom 1. November 2021 bis zum 31. Oktober 2022

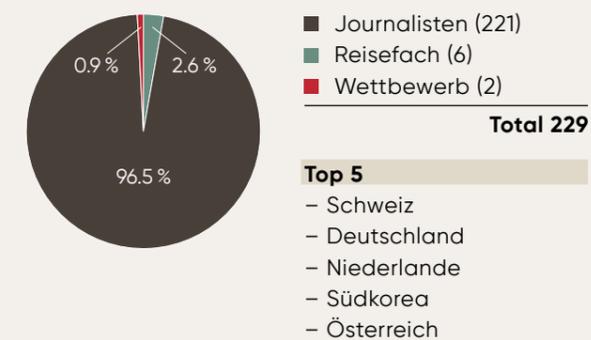
Segment Ski



Segment Matterhorn-Besucher



Segment Wanderer & Alpinist



Segment Bike



Segment Familie



DESTINATIONS-SERVICE

GÄSTE-SERVICECENTER

Zermatt – Matterhorn konnte sich im Geschäftsjahr 2021/22 gut von der Corona-Pandemie erholen. Schritt für Schritt kehrten die einzelnen Märkte zurück und sämtliche Top-Events in der Destination konnten durchgeführt werden, was sich schlussendlich auch wieder in den Besucherzahlen und den Umsatz des Gäste-Servicecenters niedergeschlagen hat.

Dennoch war COVID-19 auch im Winter 2021/22 weiterhin präsent und durch die entsprechenden Massnahmen bis im März 2022 spürbar.

Zermatt – Matterhorn mit seinen Leistungspartnern liess sich davon aber nicht unterkriegen und versuchte stets seinen Gästen den bestmöglichen Aufenthalt zu bieten. Es bestanden weiterhin viele Fragen rund um die Pandemie, welche aber, im Vergleich zum Vorjahr, zunehmend wieder physisch am Schalter beantwortet werden konnten. Im Sommerhalbjahr verlagerten sich dann die Fragen thematisch von der Pandemie mehr in Richtung der laufenden Veranstaltungen und Angebote. Während die Anzahl der Anrufe im Geschäftsjahr 2021/2022 gegenüber dem Vorjahr um rund 4 % abnahmen, verzeichnete man am Schalter in Zermatt eine Zunahme der Besucher von 47 %. Damit erreicht man die zweithöchste Besucherzahl in der Schalterhalle der letzten fünf Jahre. Mit knapp 20'000 beantworteten E-Mails erreichte man sogar den höchsten Wert der letzten fünf Jahre. Trotz der hohen Zahlen in der Gästeberatung, war man personell während des gesamten Geschäftsjahres, vorwiegend ausgelöst durch die pandemiebedingte Unsicherheit, eher unterbesetzt. Dementsprechend stieg die Arbeitsbelastung auf die einzelnen Mitarbeitenden und erforderte einen grossen Einsatz. Dafür bedankt sich Zermatt Tourismus beim gesamten Gästeberatungs-Team, welches das herausfordernde Jahr sehr gut gemeistert hat. Gegen Ende

des Geschäftsjahres konnte die Personalsituation bereits etwas entschärft werden. Diese soll auf das kommende Geschäftsjahr nochmals optimiert werden, um im Sommer 2023 wieder durchgehende Öffnungszeiten von 08.00 bis 20.00 Uhr anzubieten.

Weiter konnte im vergangenen Geschäftsjahr die Buchungsplattform TOMAS für sämtliche Hotels und Ferienwohnungen auf die neue Version TSmart umgestellt werden.

Die Leistungspartner profitieren dabei von verschiedenen Vorteilen gegenüber der Vorgänger-Version:

- Benutzerfreundliche und einfache Bedienungs-oberfläche
- Cockpit mit Übersichten zu An- und Abreisen sowie verschiedenen Statistiken
- Belegungsplan – der smarte Kalender für alle Buchungen & Eigenbelegungen
- Responsive Design für mobile Geräte wie Tablets & Smartphones

Der TSmart löst den bestehenden TManager ab. In diesem Tool können Vermieter ihre Stammdaten, Verfügbarkeiten und Preise pflegen, welche auf zermatt.ch ersichtlich sind. Für die Umstellung mussten im Vorfeld sämtliche Unterkünfte migriert und neue Logins und Links generiert werden. Die destinationsweite Umstellung folgt Schritt für Schritt im Q4 2022 und im Q1 2023. Bei Bedarf werden Erklärungen und eventuell Schulungen für Leistungspartner seitens Zermatt Tourismus durchgeführt.

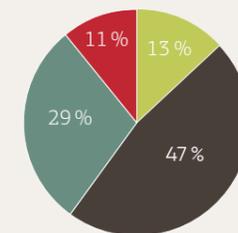
Online-Buchungen

Auf zermatt.ch setzte sich der Trend des Umsatzrückganges (ohne Channel-Manager) der letzten Jahre weiter fort. Dieses Jahr verlor zermatt.ch (ohne Channel-Manager) als Buchungsplattform weitere 3.2 % am Gesamtumsatz gegenüber dem Vorjahr. Der gegen-tellige Trend setzt sich dafür auch bei der Matterhorn App fort. Sie konnte weitere Umsatzanteile gewinnen und steigert ihren Umsatzanteil am Gesamtumsatz um weitere 1.8 % auf 13 %.

Schalterverkauf

Der Schalterverkauf hat sich analog den Eintrittszahlen in die Schalterhalle wieder gut erholt und entwickelt sich weiterhin positiv. Gegenüber dem Vorjahr konnte der Anteil am Gesamtumsatz um 3.1% gesteigert werden. Dies ist darauf zurückzuführen, dass vermehrt wieder ausländische Gäste (auch aus Fernmärkten) die Destination besuchen, welche vor einer Buchung die entsprechende Beratung am Schalter benötigen.

Buchungen nach Verkaufskanal in CHF



zermatt.ch	Channel-Manager	Schalterverkauf	Matterhorn-App	Total CHF
8'046'346	5'041'013	1'885'812	2'221'821	17'194'992

Der Gesamtumsatz konnte damit gegenüber den letzten beiden Geschäftsjahren gesteigert werden. Die Buchungsumsätze werden jeweils am Anfang des Monats für den Vormonat ermittelt. Rückwirkende Stornierungen sind in den Umsatzzahlen nicht berücksichtigt.

Die Zahlen der Statistik ergeben durchschnittlich rund 55 bearbeitete E-Mails pro Tag. Hauptsächlich werden Fragen zu Anreise, Wetter, Schneesverhältnissen sowie Bergbahntickets gestellt.

Bei «Ausgestellte Pauschalen, Tickets und Gutscheine» handelt es sich um Vorgänge, die online gebucht werden, jedoch im Back-Office durch die Mitarbeitenden

vorbereitet werden müssen. Es entsteht ein erheblicher Mehraufwand, der jedoch durch gute Einsatzplanung zu meistern ist.

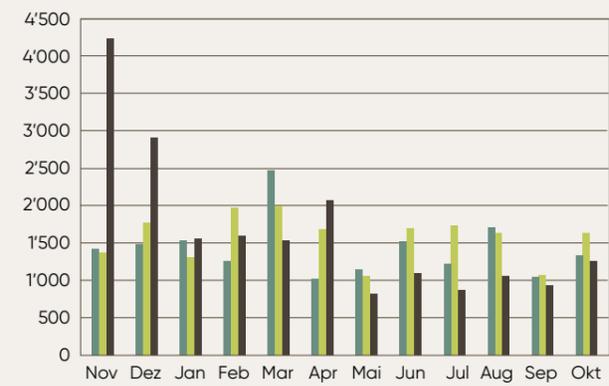
Die Anrufe auf die zentrale Telefonnummer bei Zermatt Tourismus hat sich im Vergleich zum Vorjahr leicht gesteigert. Es sind deren rund 68 täglich. Die durchschnittliche Anrufdauer nahm um eine Minute auf durchschnittlich 3:45 Minuten zu. Gegen Ende des Geschäftsjahres wurde zudem das interne Telefonsystem auf Microsoft-Teams umgestellt.



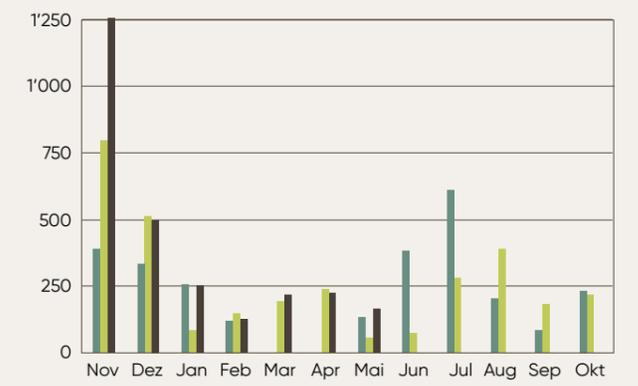
ECKDATEN & STATISTIKEN

■ 2020 ■ 2021 ■ 2022

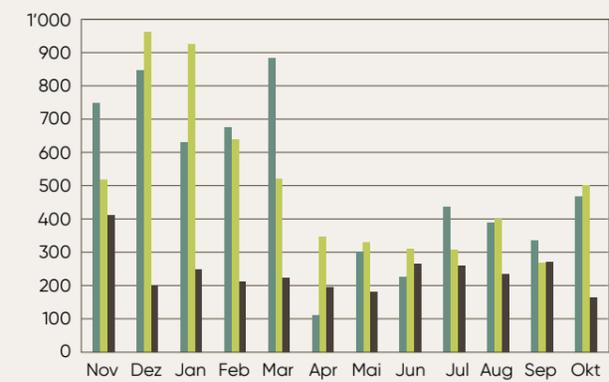
E-Mails pro Monat



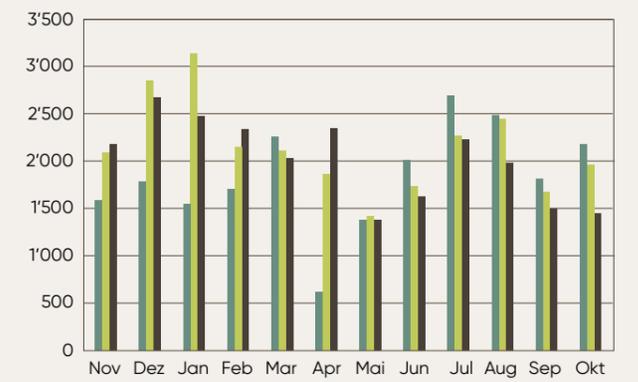
Ausgestellte Pauschalen, Tickets und Gutscheine pro Monat



Live-Chats pro Monat



Telefonanrufe an zentrale Nummer pro Monat



EVENTS UND GÄSTEANIMATION

BIG-Events im 2022

Der Eventsommer in Zermatt erstrahlte nach rund zwei Jahren wieder in voller Pracht. Gleich vier Top-Events durften ihr Jubiläum feiern (30. Horu Trophy, 20. Gornergrat Zermatt Marathon, 10. Matterhorn Ultraks, 30. Matterhorn Eagle Cup). Dies erfreute nicht nur die Veranstalter, sondern auch Zermatt Tourismus. Man blickt auf eine langjährige Zusammenarbeit zurück und ist bestrebt, die Veranstaltungen nachhaltig weiterzuführen und zu entwickeln. Aber nebst den Sportanlässen durften auch die kulturellen Anlässe brillieren. Das Zermatt Unplugged bot den Gästen im April ein vielseitig, hochkarätig und multinationales Programm mit aussergewöhnlichen Akustik-Shows und das Zermatt Festival wertete das Dorf und den Berg mit diversen Klassikkonzerten auf. Das Konzept vom Folklore-Festival wurde nach zwei Jahren Pause überarbeitet – so fand der Umzug neu am Samstag nachmittag statt. Am Sonntag waren stattdessen diverse Formationen am Berg anzutreffen.

Gäste- statt Weltcuprennen

Bekanntlich fielen die Weltcup-Abfahrten in Zermatt/Cervinia den warmen Temperaturen zum Opfer; die Premiere des ersten grenzüberschreitenden Weltcup-

Rennens musste in der Folge zum grossen Bedauern aller Beteiligten abgesagt werden. Am Samstag, 29. Oktober 2022 lachte dank grossartigem Teamwork innerhalb verschiedener Leistungspartner der Destination dennoch ein glücklicher Sieger resp. eine glückliche Siegerin vom Podest. Das Gästerennen, welches kurzerhand statt einem Weltcup-Rennen auf die Beine gestellt wurde, war ein grosser Erfolg und kam bei den Gästen wie auch bei den Einheimischen gut an.

Gästeinimation

Mit verschiedenen online buchbaren Angeboten, wie dem «Ziegen-Package» oder dem «Alphornworkshop» oder diversen Pauschalen wie dem «Folklore-Spezial» und dem «1. August-Package», wurde die Kommerzialisierung 2022 auch in der Gästeinimation grossgeschrieben. Leider musste der beliebte Geissenkehr noch Anfang Sommer 2022, aufgrund einer Erkrankung unter den Ziegen, wieder abgesagt werden. Für kommendes Jahr strebt Zermatt Tourismus eine Reorganisation in neuer Form an. Zusätzliche neue Animationen wie die Sommer degustation in Zusammenarbeit mit dem Weindorf Salgesch, Wollli & Benny, Zirkus Coquino für Kinder sowie altbewährte Angebote rundeten das breite Animationsprogramm ab. In der Kommunikation wurden diesbezüglich vor allem digitale Kanäle wie die Matterhorn-App und der Veranstaltungskalender bevorzugt. Nichtsdestotrotz verhalf die Medienpartnerschaft mit dem Magazin «Alpenrosen» zu einer zielgruppenorientierten Kommunikation im Bereich «Folklore & Tradition».

Zermatt Tourismus ist weiterhin bestrebt, für die Gäste wie auch die Organisatoren von Events, die erste und einzige Informations- und Anlaufstelle zu sein. An dieser Stelle bedankt sich Zermatt Tourismus herzlich bei allen Leistungsträgern, Vereinen und der Bevölkerung von Zermatt, Täsch und Randa für die wertvolle Mitarbeit am Veranstaltungsprogramm der Destination.



Auszug Eventkalender 2022

Datum	Event	Organisator	Aufgaben Zermatt Tourismus
13. - 16.01.2022	30. Horu Trophy	Curling Club Zermatt	Kommunikation
16. - 23.01.2022	Scottish Week Curling	Scottish Week	Kommunikation
29.01.2022	Horugüet Winter Edition	Taste of Zermatt	Kommunikation
16.02.2022	Skiclub Night race	Skiclub Zermatt	Kommunikation
05. - 09.04.2022	Zermatt Unplugged	Zermatt Unplugged	Kommunikation
23.04.2022	Jahreskonzert	MG Matterhorn	Kommunikation
25.04. - 01.05.2022	Patrouille des Glaciers	Patrouille des Glaciers	Unterstützung & Kommunikation
23.06.2022	Frühjahrskonzert der Bergführermusik	Bergführermusik	Kommunikation
02.07.2022	20. Gornergrat Zermatt Marathon	GZM	Unterstützung & Kommunikation
02.07. - 14.08.2022	Folkloremusik-Wochen	Zermatt Tourismus	Planung, Organisation & Durchführung
04.07. - 10.07.2022	Tie Break Cup Zermatt	TC Zermatt	Kommunikation
07. - 10.07.2022	Bergdorf-EM	Verein Bergdorf-EM	Kommunikation
09. - 10.07.2022	Coquino Zirkus	Coquino	Unterstützung & Kommunikation
15.07.2022	Fondue am Seil	Taste of Zermatt	Kommunikation
16.07.2022	Ultra Trail Cervino Matterhorn	Gemeinden Valtrouenche und Zermatt	Kommunikation
31.07.2022	Älplerfest Stafelalp	OK Älplerfest	Kommunikation
31.07.2022	38. Täschalplauf mit Älplerfest	OK Täschalplauf	Unterstützung & Kommunikation
31. - 01.08.2022	Schweizer Nationalfeiertag	Zermatt Tourismus mit Strassenfest	Planung, Organisation & Durchführung
05.08.2022	Kapellenfest Maria zum Schnee	Pfarrei Zermatt	Kommunikation
13. - 14.08.2022	52. Folklore Festival	Zermatt Tourismus	Teilkoordination, Unterstützung & Kommunikation
14.08.2022	Gondelfrühstück	Taste of Zermatt	Kommunikation
19. - 21.08.2022	10. Matterhorn Ultraks Trail	Matterhorn Ultraks	Unterstützung & Kommunikation
26.08.2022	Kitchen Party	Taste of Zermatt	Kommunikation
26.08.2022	Chasing Cancellara	Sette Sports	Teilkoordination, Unterstützung & Kommunikation
31.08. - 03.09.2022	Ultra Tour Monte Rosa	Ultra Tour Monte Rosa	Kommunikation
03.09.2022	30. Matterhorn Eagle Cup	Golfclub Matterhorn	Unterstützung & Kommunikation
03.09.2022	Horugüet - Bike	Taste of Zermatt	Unterstützung & Kommunikation
11.09.2022	Schäferfest & Wollis Geburtstag	SN-Schafzuchtgenossenschaft Zermatt	Teilkoordination, Unterstützung & Kommunikation
08. - 18.09.2022	Zermatt Music Festival & Academy	ZMFA	Unterstützung & Kommunikation
16.09.2022	Clean-Up-Day 2022	Einwohnergemeinde Zermatt	Kommunikation
17.09.2022	Kinderfest	FEA & Jugendarbeitsstelle Mattertal	Kommunikation
08.10.2022	Horugüet - Taste of Zermatt	Taste of Zermatt	Teilkoordination, Unterstützung & Kommunikation
29.10.2022	MCSO - Gästeskiennen	OK Matterhorn Cervino World Cup	Unterstützung & Kommunikation
27.11.2022	Weihnachtsbaum Einweihungsfest	Zermatt Tourismus	Planung, Organisation & Durchführung
24.12.2022	Weihnachten mit Wollli	Zermatt Tourismus	Planung, Organisation & Durchführung

Eventpool

Dem Eventpool standen nach Beteiligungen von Zermatt Tourismus, der Einwohnergemeinde Zermatt, dem Hotelier Verein Zermatt, der Zermatt Bergbahnen AG und Überträgen aus dem Vorjahr sowie Abzügen der Reserven rund CHF 1'552'000 finanzielle Mittel zur Verteilung zur Verfügung.

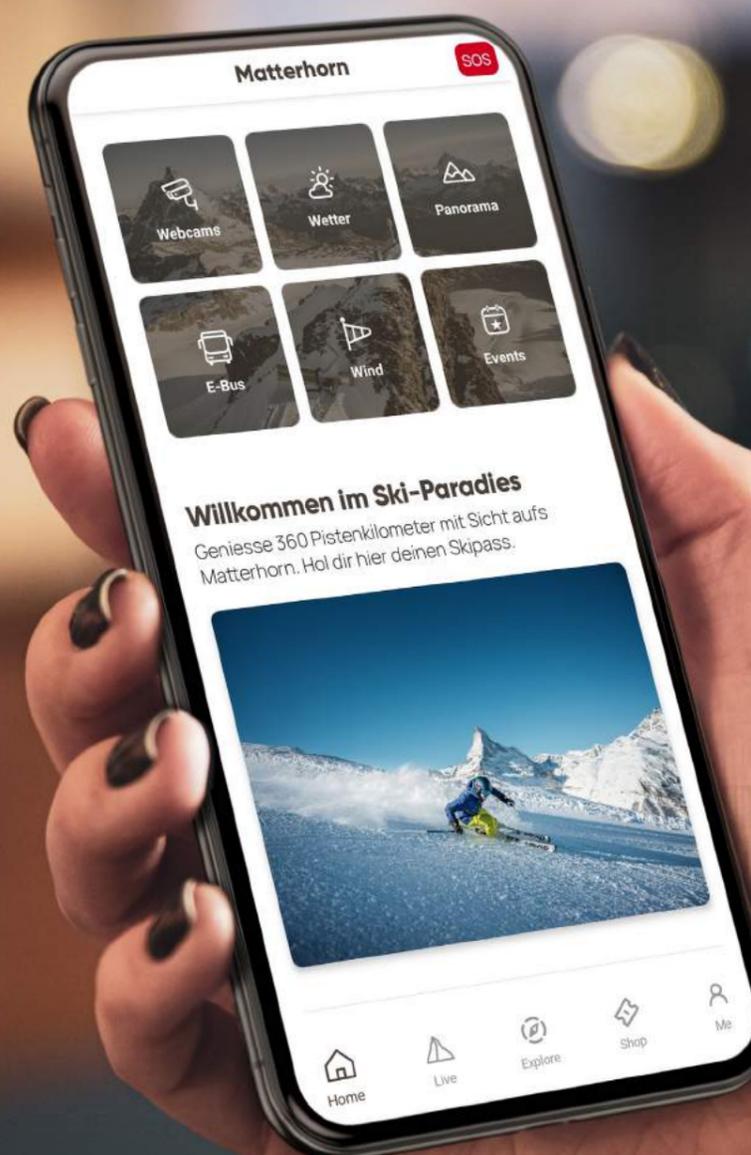
Veranstalter haben die Möglichkeit, Anträge zur Unterstützung an den Eventpool zu stellen. Das Vergabegremium besteht aus dem Vorstand von Zermatt Tourismus, wobei die Einwohnergemeinde Zermatt ein Vetorecht hat. Zusätzlich zu den Cash-Leistungen aus den Kur-

taxeneinnahmen erbringt Zermatt Tourismus jeweils Kommunikationsleistungen zu Gunsten der Event-Veranstalter. Diese beliefen sich im Geschäftsjahr 2022 auf einen Gegenwert von CHF 87'500.

Während des Geschäftsjahres 2022 wurden folgende Beiträge und Leistungen gesprochen (es werden alle gesprochenen Leistungen und Beträge aufgeführt, auch wenn nicht alle oder nur Teilbeträge bezogen wurden, bspw. Winter Celebrations). Die nicht verwendeten Mittel fliessen in die Reserven, respektive die nicht gedeckten Zahlungen werden aus der Reserve kompensiert.

Events	Direktzahlungen	Defizitgarantien	Kommunikation Zermatt Tourismus	Sachleistungen EWG	Total
Horu Trophy	0	0	5'000	11'250	16'250
Night Race Skiclub Zermatt	5'000	0	5'000	0	10'000
Horugüet Winteredition	5'000	0	5'000	0	10'000
Zermatt Unplugged	615'000	30'000	5'000	60'000	710'000
PDG	45'000	0	5'000	0	50'000
Gornergrat Zermatt Marathon	30'000	0	5'000	15'000	50'000
Täschalplauf mit Älplerfest	2'000	0	2'500	0	4'500
1. Augustfeier	40'000	0	7'500	9'000	56'500
Taste of Zermatt	21'000	0	5'000	0	26'000
Folklore Festival Zermatt	0	25'000	7'500	20'000	52'500
Matterhorn Ultraks	65'000	0	5'000	35'000	105'000
Matterhorn Eagle Cup	20'000	0	5'000	0	27'500
Zermatt Music Festival & Academy	53'000	0	5'000	0	58'000
Schäferfest	10'000	0	7'500	10'000	27'500
Chasing Cancellara	20'000	20'000	5'000	5'000	50'000
Älplerfest Stafelalp	1'000	0	5'000	300	6'300
Tie Break Cup	5'000	0	0	0	5'000
MTB WM 2025 Akonto	10'000	0	0	0	10'000
Hospitality MCSO Skiweltcup	500'000	0	5'000	0	505'000
MCSO Skiweltcup	200'000	0	0	0	200'000
Total	1'627'000	75'000	80'000	165'550	1'980'050

MATTERHORN APP



- Tickets & Aktivitäten
- Wetter & Webcams
- News & Events



No matter what.
zermatt.swiss

DATENSCHUTZ ZERMATT TOURISMUS



Dr. Rehana Harasgama, Rechtsberaterin u.a. im Bereich Datenschutz für Zermatt Tourismus

Datennutzung und Datenschutz bleibt im Bereich des Tourismus ein hochaktuelles und zentrales Thema. Personendaten von Gästen sind von zentraler Bedeutung für Destinationen und Leistungspartner. So können diese Daten dafür genutzt werden, um Gästen in der Destination Zermatt – Matterhorn ein perfekt auf sie zugeschnittenes Angebot zu bieten und um Ressourcen optimal auszunutzen. Gleichzeitig muss die Nutzung dieser Daten stets im Einklang mit dem anwendbaren Datenschutzrecht erfolgen. Der Schutz von Personendaten und die Einhaltung rechtlicher Vorschriften behält damit höchste Priorität. Dies gilt nicht nur in Bezug auf Gästedaten, sondern auch Daten von Mitarbeitenden und Lieferanten bzw. Dienstleistern. Zermatt Tourismus arbeitet streng nach diesen Grundsätzen:

An oberster Stelle steht die Vertraulichkeit und der rechtliche sowie technische Schutz aller Personendaten. Gäste in der Destination können darauf vertrauen, dass ihre Daten unter Einhaltung aller gesetzlicher Regeln bearbeitet werden. Nationale und internationale Vorschriften sind immer lückenlos einzuhalten.

Gleichzeitig eröffnet die Digitalisierung zahlreiche Möglichkeiten, um die Gäste in Zermatt besser zu kennen,

deren Bedürfnisse genauer analysieren und so ein optimales Ferienerlebnis in Zermatt bieten zu können. Zermatt Tourismus nutzt diese Möglichkeiten und erarbeitet laufend neue Strategien, um Personendaten einerseits besser zu nutzen, andererseits aber auch besser schützen zu können.

Zermatt Tourismus verfolgt nach wie vor alle rechtlichen Entwicklungen im Bereich Datenschutz sehr eng. Sämtliche bestehenden, neuen sowie aktuell geplanten Bearbeitungsvorgänge (d.h. Vorgänge, welche mit Personendaten in Verbindung stehen) werden laufend rechtlich überprüft und entsprechend gemäss geltendem Datenschutz ausgestaltet. Hierzu gehört auch, dass Zermatt Tourismus in allen Bereichen die notwendigen Datenschutzverträge unterzeichnet und durchsetzt.

Marketing-Aktivitäten werden von externen Spezialisten laufend rechtlich begleitet. Es erfolgt nach wie vor ein stetiger Austausch mit externen Rechtsberatern, und wo sich rechtliche Fragen stellen, werden diese gemeinsam mit Rechtsberatern analysiert und überprüft. Zermatt Tourismus richtet sich nach wie vor sowohl nach den strengeren Massstäben der DSGVO als auch, selbstverständlich, nach Schweizer Recht. Die bevorstehende Revision des Schweizer Datenschutzrechts wird dabei so weit als möglich bereits vorweggenommen, so dass schon jetzt mögliche strengere zukünftige Vorschriften bereits eingehalten werden.

Noch immer führt Zermatt Tourismus auch ein jährliches Audit durch. Dabei wird zusätzlich stichprobenartig überprüft, ob auch alle internen datenschutzrechtlichen Richtlinien eingehalten werden und wo möglicher Anpassungsbedarf besteht.

Mit all diesen Schritten wird Zermatt Tourismus auch in Zukunft den Personendaten aller Gäste, Mitarbeitenden und Lieferanten/Dienstleistern maximalen Schutz bieten können.

Postfach 1548 | CH-8002 Zürich

Zermatt Tourismus
Bahnhofplatz 5
3920 Zermatt

Zürich, 12. Dezember 2022

Zermatt Tourismus / Datenschutz

Sehr geehrte Damen und Herren

Gerne bestätige ich Ihnen hiermit, dass Bär & Karrer AG nach wie vor als Rechtsberater für Zermatt Tourismus in datenschutzrechtlichen Angelegenheiten sowie für allgemeine rechtliche Anfragen tätig ist. Wir schätzen die Zusammenarbeit mit Ihnen und Ihrem Team sehr.

Ebenfalls bestätigen wir hiermit gerne die im Verlauf des Jahres 2022 ausgeführten und die bereits geplanten Arbeiten im Bereich Datenschutz (insb.):

- Beantwortung zahlreicher Einzelfragen im Bereich Datenschutz;
- Laufende Überarbeitung sämtlicher Bearbeitungsvorgänge mit Bezug zu Personendaten und Prüfung auf Einhaltung nationaler und internationaler datenschutzrechtlicher Vorschriften;
- Überarbeitung des Vertragswerks im Rahmen von Pauschalangeboten;
- Überarbeitung des Vertragswerks für den digitalen Meldeschein im Hinblick auf das revidierte Datenschutzgesetz der Schweiz;
- Prüfung allgemeiner rechtlicher Anfragen u.a. im digitalen Marketing;
- Organisation eines Datenschutz-Audit im August 2022.

Wir bedanken uns für Ihr Vertrauen und freuen uns, Sie in Zukunft zu unterstützen.

Freundliche Grüsse

Dr. Rehana Harasgama

BÄR
& KARRER

Bär & Karrer
Rechtsanwälte

Zürich
Bär & Karrer AG
Brandschenkestrasse 90
CH-8002 Zürich
Phone: +41 58 261 50 00
Fax: +41 58 261 50 01
zuerich@baerkarrer.ch

Genf
Bär & Karrer SA
12, quai de la Poste
CH-1211 Genève 3
Phone: +41 58 261 57 00
Fax: +41 58 261 57 01
geneve@baerkarrer.ch

Lugano
Bär & Karrer SA
Via Vegezzi 6
CH-6901 Lugano
Phone: +41 58 261 58 00
Fax: +41 58 261 58 01
lugano@baerkarrer.ch

Zug
Bär & Karrer AG
Baarerstrasse 8
CH-6302 Zug
Phone: +41 58 261 59 00
Fax: +41 58 261 59 01
zug@baerkarrer.ch

Basel
Bär & Karrer AG
Lange Gasse 47
CH-4052 Basel
Phone: +41 58 261 59 50
Fax: +41 58 261 59 51
basel@baerkarrer.ch

www.baerkarrer.ch

FINANZEN

Allgemeines

Zermatt Tourismus präsentiert die Rechnung 2021/2022 mit einem positiven Resultat. Insbesondere die Erträge der Taxen und die Erträge durch selbst erbrachte Dienstleistungen konnten gegenüber dem Vorjahr deutlich gesteigert werden, was die stetige Erholung der Märkte zeigt.

Die Jahresrechnung 2021/2022 weist einen Ertrag von CHF 12'316'149 aus. Dies entspricht einer Steigerung gegenüber dem Vorjahr um CHF 1'860'832 oder 17.8%. Nach Abzug der Aufwände bleibt ein Erfolg von CHF 11'985. Auch der Ertrag aus den Verkaufsaktivitäten entwickelte sich gegenüber dem Vorjahr positiv: im Geschäftsjahr konnte ein Umsatz von CHF 1'966'609 erzielt werden, was einer Steigerung von CHF 509'850 oder 35% entspricht.

Tourismusförderungstaxe (TFT)

Die Einnahmen aus der TFT stellen sich wie folgt zusammen:

Hotellerie	CHF	531'744.00	24.31%
Ferienwohnungen	CHF	375'713.00	17.18%
Bahnen	CHF	268'810.00	12.29%
Restaurant	CHF	254'368.00	11.63%
Baugewerbe	CHF	187'279.00	8.56%
Handel/Getränke	CHF	99'319.00	4.54%
Beratung/freie Berufe	CHF	91'683.00	4.19%
Transportgewerbe	CHF	66'855.00	3.06%
Sportgeschäfte/Ski-Depot	CHF	53'201.00	2.43%
Nahrungs- & Genussmittel	CHF	36'862.00	1.69%
Banken	CHF	33'374.00	1.53%
Immobilienhandel	CHF	30'218.00	1.38%
Unterricht	CHF	22'358.00	1.02%
Bekleidung, Schuhe	CHF	21'464.00	0.98%
Reparaturgewerbe	CHF	16'977.00	0.78%
Uhren, Bijouterie	CHF	16'459.00	0.75%
Apotheken/Drogerien	CHF	14'488.00	0.66%
Gesundheitswesen	CHF	10'770.00	0.49%
Coiffeur, Kosmetik, Reinigung	CHF	10'713.00	0.49%
Skilehrer / Skischulbüro	CHF	10'434.00	0.48%
Elektronik/Optik	CHF	7'722.00	0.35%
Energie/Wasser	CHF	7'672.00	0.35%
Freiwillige	CHF	6'250.00	0.29%
Bergführer, Wanderleiter	CHF	4'662.00	0.21%
Versicherungen	CHF	2'635.00	0.12%
Radio/TV	CHF	2'487.00	0.11%
Reisebüro	CHF	2'041.00	0.09%
Druck und Grafik	CHF	480.00	0.02%
Total	CHF	2'187'038.00	100.00%



Gesetzeskonformer Einsatz der Mittel

Der Verwendungszweck der Tourismusförderungs- sowie Kurtaxen sind im kantonalen Tourismusgesetz geregelt. Die Tourismusförderungstaxen sind für Marketingzwecke, Kurtaxen für Information, Animation und Infrastruktur vorgesehen. Selbst erwirtschaftete Mittel können flexibel eingesetzt werden.

Folgende auswärtige Betriebe haben die Tourismusförderungstaxe freiwillig bezahlt:

- Anton Fercher AG
- Atelier Ruppen
- Bringhen AG
- Getaz Romang AG
- Grande Dixence SA
- Gasser Felstechnik AG
- Krummenacher AG
- Lauber IWISA AG
- Matterhorn Gotthard Bahn AG / Gornergrat Bahn
- Ocom AG
- Pitoeuf SA
- Valaiscom AG
- Valmedia AG
- Werner Fercher AG
- Werner Isolierwerke AG

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



Steuerrechnung

Die Erträge von Zermatt Tourismus bestehen aus öffentlichen Mitteln (Kur- und Tourismusförderungstaxe) sowie eigens erwirtschaftete Mittel. Eigens erwirtschaftete Mittel sind:

- Erträge aus Dienstleistungen
- Erträge aus Marketingbeiträgen
- Erträge aus Partnerschaften
- Mitgliederbeiträge
- Diverse Erträge

Die Steuern müssen im Interesse der Unterworfenen verwendet werden.

Kurtaxen-Rechnung

Verwendung gemäss dem Gesetz über den Tourismus des Kantons Wallis, Art 22. Der Kurtaxenertrag dient namentlich zur Finanzierung von:

- a) dem Betrieb eines Informations- und Reservationsdienstes
- b) der Animation am Ort
- c) der Erstellung und dem Betrieb von Anlagen die dem Tourismus, der Kultur und dem Sport dienen.

Ertrag	CHF
Kurtaxen Hotel	4'289'395
Kurtaxen Fewo	1'381'839
Kurtaxen Camping, Massnlager, SAC	873'180
Jahrespauschalen Zweitwohnungsgäste	205'070

Total Ertrag 6'749'484

Aufwand	CHF
Gästeinformation & Stammgäste	3'621'731
Eventmanagement & Eventpool	1'341'132
Animation	79'190
Beiträge an Destinationsgemeinden	823'520
Infrastruktur-Fonds	899'931

Total Aufwand 6'765'504

Verlust -16'020

Der Verlust wird durch eigens erwirtschaftete Mittel ausgeglichen.

TFT-Rechnung

Verwendung gemäss den Reglementen TFT der Einwohnergemeinden Zermatt, Täsch und Randa, Art 1. Die Mittel werden dem Kur- und Verkehrsverein Zermatt (Zermatt Tourismus) für touristische Vermarktung zur Verfügung gestellt.

Ertrag	CHF
TFT Hotellerie	531'744
TFT Parahotellerie	375'713
TFT Gewerbe	643'374
TFT Restauration	254'368
TFT Freie Berufe	91'683
TFT Bahnen	268'810
TFT Skilehrer	10'434
TFT Bergführer	4'662
TFT Freiwillige	6'250
Beiträge Marketing	745'576
Standortförderung Zermatt	100'000
Erträge Divers	151'165

Total Ertrag 3'183'779

Aufwand	CHF
Marketing und Kommunikation	3'497'032

Total Aufwand 3'497'032

Verlust -313'253

Der Verlust wird durch eigens erwirtschaftete Mittel ausgeglichen.

BILANZ 2022

	2022 CHF	%	2021 CHF	%
AKTIVEN				
UMLAUFVERMÖGEN				
Kassa	17'862.90		18'919.90	
Postkonto	307'830.87		185'804.84	
UBS	89'448.93		101'340.36	
WKB (Direktreservation)	1'397'495.16		1'401'258.90	
CS	579.91		687.50	
Raiffeisen 43586.60	1'992'021.59		1'878'455.20	
Flüssige Mittel	3'805'239.36	56.92	3'586'466.70	56.98
Debitoren	1'233'433.54		658'133.57	
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1'233'433.54	18.45	658'133.57	10.46
Verrechnungssteuer	177.92		167.42	
Mehrwertsteuer	40'072.40		22'697.96	
Übrige kurzfristige Forderungen	40'250.32	0.60	22'865.38	0.36
Vorräte	44'926.10	0.67	59'038.00	0.94
Aktive Rechnungsabgrenzungen	213'776.99	3.20	677'447.13	10.76
Total Umlaufvermögen	5'337'626.31	79.85	5'003'950.78	79.50
ANLAGEVERMÖGEN				
UBS Wertschriftendepot	38'575.00		38'575.00	
Golf Mischabel AG	1.00		1.00	
Darlehensforderungen	105'000.00		105'000.00	
Finanzanlagen	143'576.00	2.15	143'576.00	2.28
Stiftung Alpines Museum	1.00		1.00	
Pavillion Eisbahn	1.00		1.00	
Neues Verkehrsbüro	337'213.34		377'213.34	
Maschinen und Apparate	16'286.22		24'286.22	
Sachanlagen	353'501.56	5.29	401'501.56	6.38
Beteiligung Bonfire AG	845'018.71		745'018.71	
Beteiligung Genossenschaft Wohnbauförderung	5'000.00		0.00	
Beteiligungen	850'018.71	12.72	745'018.71	11.84
Total Anlagevermögen	1'347'096.27	20.15	1'290'096.27	20.50
Total Aktiven	6'684'722.58	100.00	6'294'047.05	100.00

	2022 CHF	%	2021 CHF	%
PASSIVEN				
FREMDKAPITAL				
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2'709'412.07	40.53	2'410'091.64	38.29
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	131'984.72	1.97	73'075.56	1.16
Passive Rechnungsabgrenzungen, kurzfristige Rückstellungen	2'672'091.48	39.97	2'591'630.49	41.18
Total kurzfristiges Fremdkapital	5'513'488.27	82.48	5'074'797.69	80.63
Rückstellungen Allgemein	631'000.00		631'000.00	
Darlehen	440'000.00		500'000.00	
Total langfristiges Fremdkapital	1'071'000.00	16.02	1'131'000.00	17.97
Total Fremdkapital	6'584'488.27	98.50	6'205'797.69	98.60
EIGENKAPITAL				
Eigenkapital	88'249.36		86'143.66	
Gewinn	11'984.95		2'105.70	
Total Eigenkapital	100'234.31	1.50	88'249.36	1.40
Total Passiven	6'684'722.58	100.00	6'294'047.05	100.00

ERFOLGSRECHNUNG 2022 / BUDGET 2023

	Abschluss 2022 CHF	Anteil in %	Budget 2022 CHF	Differenz zu Budget	Differenz in %	Budget 2023 CHF
Betrieblicher Ertrag aus Taxen & Dienstleistungen	12'316'148.89	100.00	10'958'736.00	1'357'412.89	12.39	14'743'920.00
Erträge durch Taxen	8'936'521.60	72.56	8'204'736.00	731'785.60	8.92	11'150'749.00
Erträge öffentliche Hand	100'000.00	0.81	100'000.00	0.00	0.00	100'000.00
Erträge Dienstleistungen	2'279'745.38	18.51	1'755'000.00	524'745.38	29.90	2'415'000.00
Erträge Marketing	745'576.15	6.05	764'000.00	-18'423.85	-2.41	933'171.00
Erträge Partnerschaften	103'141.11	0.84	65'000.00	38'141.11	58.68	75'000.00
Erträge Divers	151'164.65	1.23	70'000.00	81'164.65	115.95	70'000.00
Betrieblicher Aufwand für Lieferungen & Leistungen	6'174'840.51	50.14	5'452'188.00	722'652.51	13.25	8'570'447.00
Marketingaufwand	2'870'259.57	23.30	3'018'000.00	-147'740.43	-4.90	4'191'830.00
Eventaufwand	1'420'321.26	11.53	1'138'188.00	282'133.26	24.79	2'475'117.00
Partnerschaftsaufwand	25'563.19	0.21	16'000.00	9'563.19	59.77	23'500.00
Dienstleistungsaufwand	1'640'374.82	13.32	1'130'000.00	510'374.82	45.17	1'730'000.00
Informatikaufwand	218'321.67	1.77	150'000.00	68'321.67	45.55	150'000.00
Bruttoergebnis nach betrieblichem Aufwand für Lieferungen und Leistungen	6'141'308.38		5'506'548.00	634'760.38	11.53	6'173'473.00
Personalaufwand	3'132'419.14	25.43	3'184'000.00	-51'580.86	-1.62	3'429'000.00
Lohn- und Sozialversicherungsaufwand	2'993'292.60	24.30	3'124'000.00	-130'707.40	-4.18	3'369'000.00
Übriger Personalaufwand	139'126.54	1.13	60'000.00	79'126.54	131.88	60'000.00
Bruttoergebnis nach Personalaufwand	3'008'889.24		2'322'548.00	686'341.24	29.55	2'744'473.00
Übriger betrieblicher Aufwand	2'352'284.47	19.10	2'077'750.00	274'534.47	13.21	2'202'047.00
Raumaufwand	293'935.44	2.39	303'000.00	-9'064.56	-2.99	303'000.00
Unterhalt & Reparatur	14'704.41	0.12	35'000.00	-20'295.59	-57.99	55'000.00
Sachversicherungen, Abgaben, Gebühren	16'754.10	0.14	15'000.00	1'754.10	11.69	15'000.00
Energie- und Entsorgungsaufwand	9'210.69	0.07	15'000.00	-5'789.31	-38.60	15'000.00
Verwaltungsaufwand	63'947.95	0.52	120'000.00	-56'052.05	-46.71	120'000.00
Beiträge	1'723'451.13	13.99	1'589'750.00	133'701.13	8.41	1'694'047.00
Sonstiger Betrieblicher Aufwand	230'280.75	1.87	0.00	230'280.75		0.00
Betriebliches Ergebnis vor Abschreibungen & Wertberichtigungen, Finanzerfolg & Steuern	656'604.77		244'798.00	411'806.77	168.22	542'426.00
Abschreibungen & Wertberichtigungen	648'179.40	5.26	440'000.00	208'179.40	47.31	440'000.00
Betriebliches Ergebnis vor Finanzerfolg & Steuern (EBIT)	8'425.37		-195'202.00	203'627.37		102'426.00
Finanzaufwand & Finanzertrag	-3'561.42	-0.03	2'000.00	-5'561.42	-278.07	2'000.00
Betriebliches Ergebnis	11'986.79		-197'202.00	209'188.79		100'426.00
Betriebsfremder Aufwand	1.84	0.00	0.00	1.84		0.00
Betriebsfremder Ertrag	0.00	0.00	0.00	0.00		0.00
Bildung/Auflösung Rückstellungen	0.00	0.00	200'000.00	-200'000.00		-100'000.00
Jahresgewinn oder Jahresverlust	11'984.95	0.10	2'798.00	9'186.95		426.00

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 liegen keine wesentlichen ausserordentlichen, einmaligen oder periodenfremde Ereignisse vor.

3. Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen.

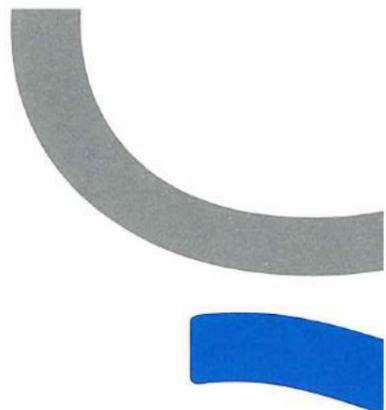
Die Gesellschaft hat Verbindlichkeiten im Betrag von CHF 22'199.60 (Vorjahr = CHF 20'224.25) gegenüber Vorsorgeeinrichtungen

4. Anzahl Mitarbeitende.

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 2022 beeinträchtigen könnten bzw. an dieser Stelle offengelegt werden müssten.



BERICHT DER REVISIONSSTELLE
zur eingeschränkten Revision

an die Mitgliederversammlung des Vereins

Zermatt Tourismus, Zermatt

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung) des Vereins Zermatt Tourismus, Zermatt für das am 31. Oktober 2022 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

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.

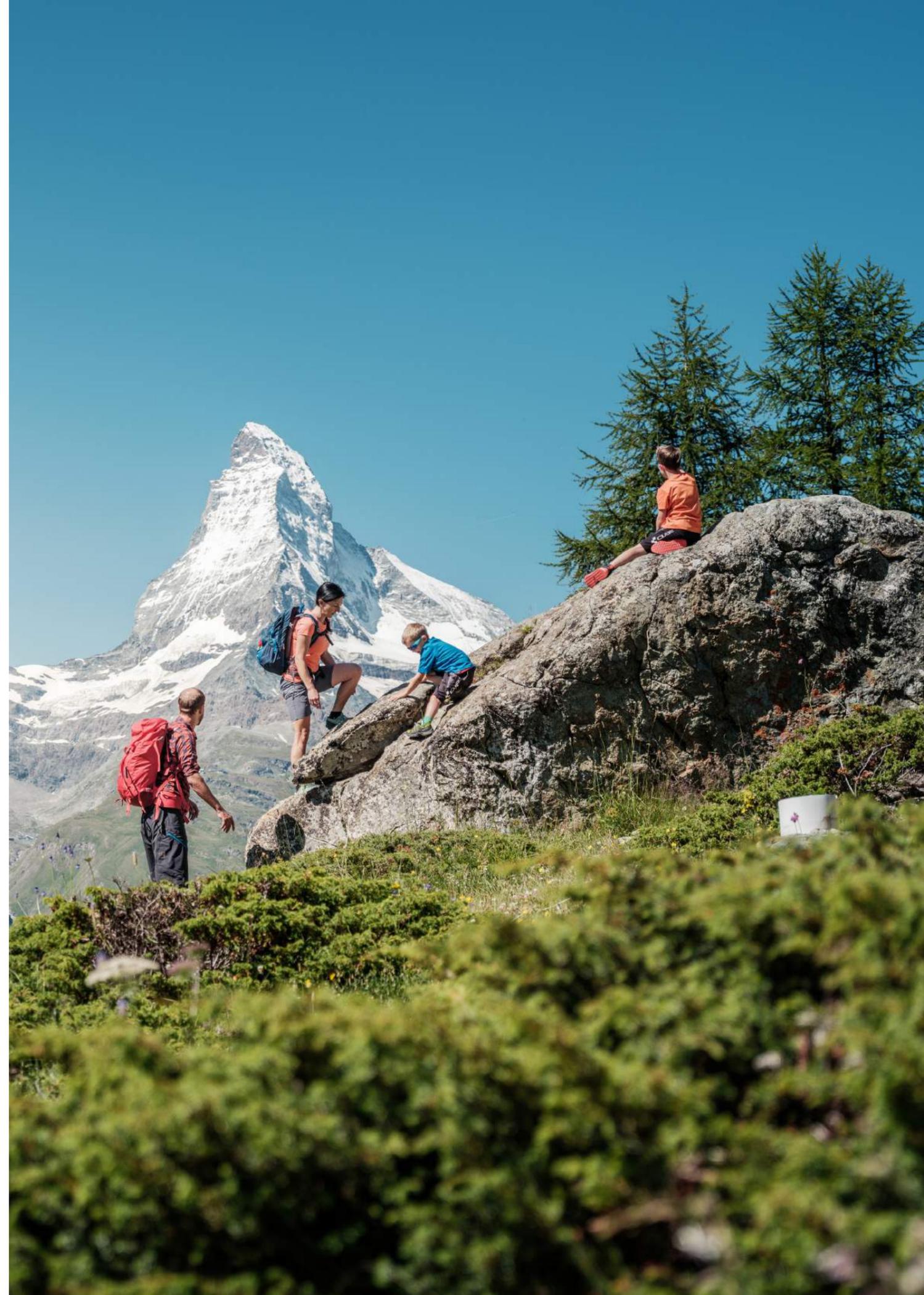
Susten, 22. Dezember 2022

Die Revisionsstelle

Quadis Revisionen GmbH

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

Lukas Bayard
Dipl. exp. in Rechnungslegung
und Controlling
Zugel. Revisor RAB



ECKDATEN UND STATISTIKEN

INVENTARISIERUNG ALLER WOHNUNGEN UND BETTEN

Zermatt, Täsch und Randa

Stand 30.11.2022

	Zermatt	%	Täsch	%	Randa	%
WOHNUNGEN						
Einheimische						
Eigenbedarf	1'190	17.21	323	33.58	151	44.15
Miete Einheimische	2'943	42.57	342	35.55	102	29.82
Total Einheimische	4'133	59.78	665	69.13	253	73.98
Parahotellerie						
Einheimische Gästevermietung	1'210	17.50	111	11.54	29	8.48
Zweitwohnungsbesitzer						
Gästevermietung	376	5.44	40	4.16	3	0.88
Eigenbedarf	1'195	17.28	146	15.18	57	16.67
Total Zweitwohnungen	1'571	22.72	186	19.33	60	17.54
Total Parahotellerie	2'781	40.22	297	30.87	89	26.02
Total Wohnungen*	6'914	100.00	962	100.00	342	100.00
*ohne Neubauten 2022						
BETTEN						
Betten in Wohnungen						
Einheimische						
Eigenbedarf	4'323	13.94	1'097	30.86	583	37.02
Miete Einheimische	7'626	24.59	1'002	28.19	337	21.40
Total Einheimische	11'949	38.53	2'099	59.04	920	58.41
Parahotellerie						
Einheimische Gästevermietung	4'689	15.12	248	6.98	104	6.60
Zweitwohnungsbesitzer						
Gästevermietung	1'521	4.90	139	3.91	9	0.57
Eigenbedarf	4'380	14.12	486	13.67	183	11.62
Total Zweitwohnungen	5'901	19.03	625	17.58	192	12.19
Total Betten in Wohnungen	22'539	72.68	2'972	83.60	1'216	77.21
Massenlager	1'014	3.27	115	3.23	294	18.67
Hotellerie	7'458	24.05	468	13.16	65	4.13
Total Betten	31'011	100.00	3'555	100.00	1'575	100.00

LOGIERNÄCHTE NACH LÄNDERN PRO JAHR

Hotellerie und Parahotellerie in der Destination Zermatt – Matterhorn

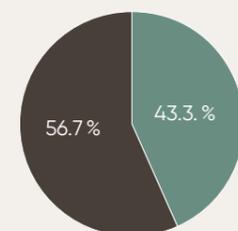
	Zermatt 2022	Täsch 2022	Randa* 2022	Total 2022	Rang	Total 2021	Rang	Veränd. absolut	Veränd. in %	Markt- ant. i. %
LÄNDER NACH KONTINENTEN										
Schweiz	1'002'107	30'359	4'387	1'036'853		1'066'495		-29'642	-2.78	46.32
Total Europa (ohne CH)	553'512	41'472	2'917	597'901		302'639		295'262	97.56	26.71
Total Asien	113'404	4'814	18	118'236		13'255		104'981	792.01	5.28
Total Amerika	220'829	3'944	250	225'023		35'306		189'717	537.35	10.05
Total Australien	1'446	199	28	11'673		729		10'944	1501.23	0.52
Total Afrika	4'175	130	0	4'305		929		3'376	363.40	0.19
Nicht in der Länderstatistik enthaltene Logiernächte										
Massenlager + Camping	42'886	23'513	13'449	79'848		67'769		12'079	17.82	3.57
Jahrespauschalen	150'000	9'000	5'500	164'500		164'500		0	0.00	7.35
Total Logiernächte	2'098'359	113'431	26'549	2'238'339		1'651'622		586'717	35.52	100.00
TOP 20 NATIONEN										
Schweiz	1'002'107	30'359	4'387	1'036'853	1	1'066'495	1	-29'642	-2.78	46.32
Deutschland	173'279	21'192	1'716	196'187	2	120'088	2	76'099	63.37	8.76
USA	184'115	2'885	222	187'222	3	28'964	4	158'258	546.40	8.36
Vereinigtes Königreich	126'374	2'960	84	129'418	4	19'792	5	109'626	553.89	5.78
Frankreich	53'380	2'383	138	55'901	5	51'448	3	4'453	8.66	2.50
Niederlande	38'178	3'148	488	41'814	6	17'634	6	24'180	137.12	1.87
Singapur	19'004	690	9	19'703	7	449	45	19'254	4'286.20	0.88
Italien	18'408	1'084	55	19'547	8	14'328	7	5'219	36.43	0.87
Thailand	17'671	778	0	18'449	9	262	55	18'187	6'941.60	0.82
Spanien	15'284	2'543	45	17'872	10	7'672	11	10'200	132.95	0.80
Belgien	16'653	763	112	17'528	11	11'826	8	5'702	48.22	0.78
Indien	15'099	497	0	15'596	12	2'169	22	13'427	619.04	0.70
Brasilien	14'593	483	0	15'076	13	2'370	21	12'706	536.12	0.67
Kanada	14'003	276	16	14'295	14	2'529	18	11'766	465.24	0.64
Schweden	13'240	368	0	13'608	15	3'874	14	9'734	251.26	0.61
Australien	10'553	167	28	10'748	16	621	39	10'127	1'630.76	0.48
Vereinigte Arabische Emirate	10'457	114	0	10'571	17	3'816	15	6'755	177.02	0.47
Korea	10'387	174	0	10'561	18	614	40	9'947	1'620.03	0.47
Österreich	8'861	1'417	31	10'309	19	7'842	10	2'467	31.46	0.46
Norwegen	9'978	134	0	10'112	20	890	31	9'222	1'036.18	0.45
LOGIERNÄCHTE NACH UNTERKUNFTSART										
Total Hotellerie	1'433'746	67'612	k. A. *	1'501'358		1'044'615		456'743	43.72	67.07
Total Ferienwohnungen	471'727	13'306	7'600	492'633		374'738		117'895	31.46	22.01
Massenlager + Camping	42'886	23'513	13'449	79'848		67'769		12'079	17.82	3.57
Jahrespauschalen	150'000	9'000	5'500	164'500		164'500		0	0.00	7.35
Total	2'098'359	113'431	26'549	2'238'339		1'651'622		586'717	35.52	100.00

* Aus Datenschutzgründen können die Hotel-Logiernächte aus Randa nicht publiziert werden.

LOGIERNÄCHTE HOTELLERIE & PARAHOTELLERIE

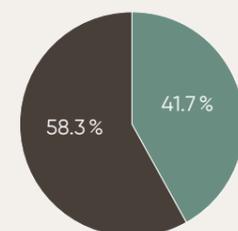
Winter / Sommer 2022

Total Destination

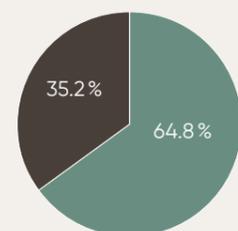


	Winter	Sommer	Total
Zermatt	1'222'651	875'708	2'098'359
Täsch	39'915	73'516	113'431
Randa	7'209	19'340	26'549
Total	1'269'775	968'564	2'238'339

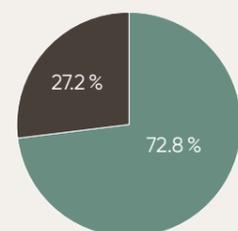
Zermatt



Täsch



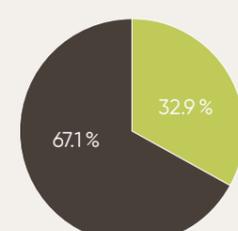
Randa



LOGIERNÄCHTE HOTELLERIE & PARAHOTELLERIE

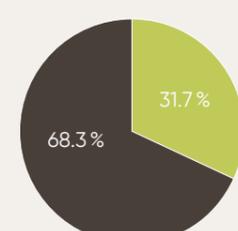
Jahr 2022

Total Destination

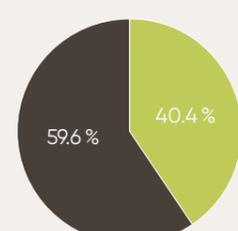


	Hotellerie	Parahotellerie	Total
Zermatt	1'433'746	664'613	2'098'359
Täsch	67'612	45'819	113'431
Randa	0	26'549	26'549
Total	1'501'358	736'981	2'238'339

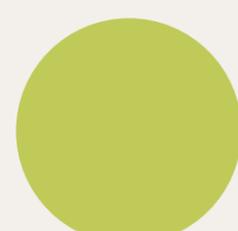
Zermatt



Täsch



Randa *

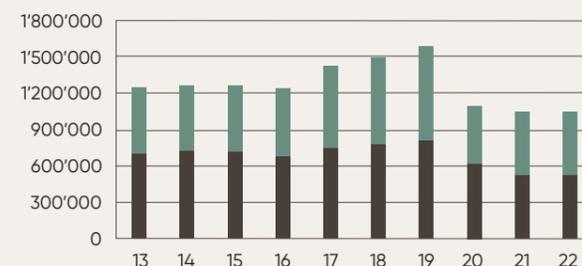


* Aus Datenschutzgründen können die Hotel-Logiernächte aus Randa nicht publiziert werden.

HOTELLERIE NACH DEN WICHTIGSTEN MÄRKTEN

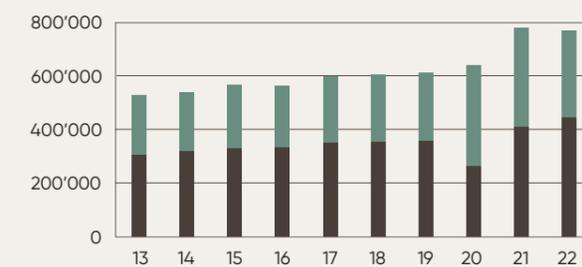
Destination

Gesamttotal

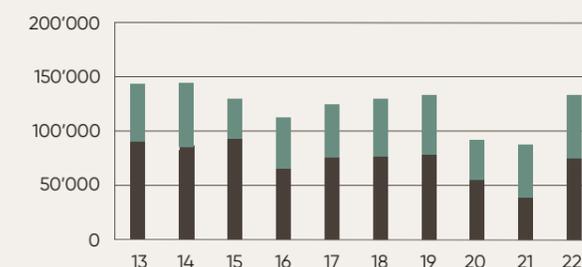


■ Sommer
■ Winter

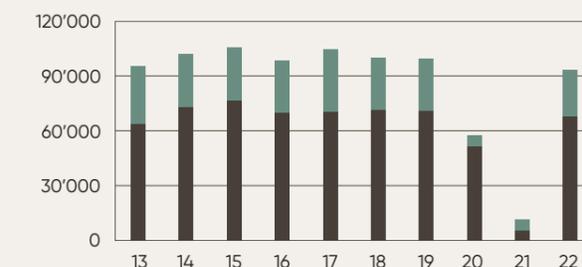
Schweiz



Deutschland



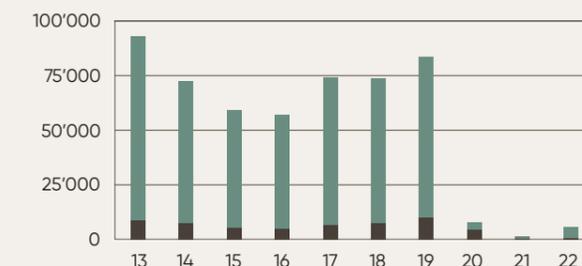
Grossbritannien



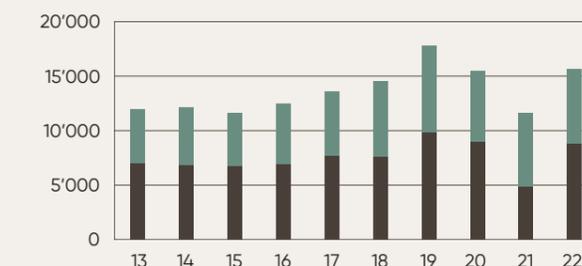
Amerika



Asien / Japan



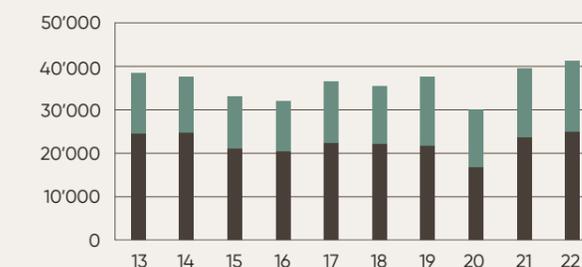
Italien



Russland



Frankreich



LOGIERNÄCHTE NACH TOP 10 NATIONEN

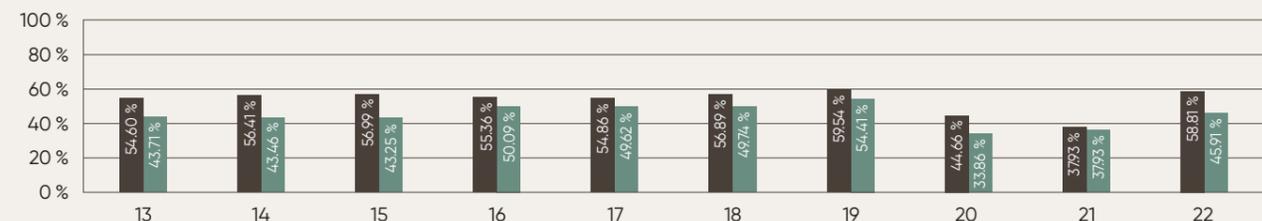
	Hotel 2022	Para 2022	Total 2022	Rang	Total 2021	Veränd. absolut	Veränd. in %	Marktanteil i. %
TOP 10 (NATIONEN)								
Zermatt								
Schweiz	743'895	258'212	1'002'107	1	1'035'653	-33'546	-3.24	47.76
USA	149'197	34'918	184'115	2	28'476	155'639	546.56	8.77
Deutschland	115'853	57'426	173'279	3	108'283	64'996	60.02	8.26
Vereinigtes Königreich	90'731	35'643	126'374	4	19'476	106'898	548.87	6.02
Frankreich	39'254	14'126	53'380	5	49'905	3'475	6.96	2.54
Niederlande	26'986	11'192	38'178	6	16'221	21'957	135.36	1.82
Singapur	14'692	4'312	19'004	7	447	18'557	4'151.45	0.91
Italien	14'857	3'551	18'408	8	13'583	4'825	35.52	0.88
Thailand	15'583	2'088	17'671	9	216	17'455	8'081.02	0.84
Belgien	12'143	4'510	16'653	10	11'398	5'255	46.10	0.79
Täsch								
Schweiz	25'537	4'822	30'359	1	27'024	3'335	12.34	26.76
Deutschland	17'662	3'530	21'192	2	10'956	10'236	93.43	18.68
Niederlande	2'815	333	3'148	3	1'199	1'949	162.55	2.78
Vereinigtes Königreich	2'258	702	2'960	4	316	2'644	836.71	2.61
USA	1'820	1'065	2'885	5	483	2'402	497.31	2.54
Spanien	2'225	318	2'543	6	551	1'992	361.52	2.24
Frankreich	1'979	404	2'383	7	1'512	871	57.61	2.10
Österreich	1'320	97	1'417	8	776	641	82.60	1.25
Polen	1'121	255	1'376	9	1'765	-389	-22.04	1.21
Italien	819	265	1'084	10	745	339	45.50	0.96
Randa *								
Schweiz	k. A. *	4'387	4'387	1	3'818	569	14.90	16.52
Deutschland	k. A. *	1'716	1'716	2	849	867	102.12	6.46
Niederlande	k. A. *	488	488	3	214	274	128.04	1.84
USA	k. A. *	222	222	4	5	217	4'340.00	0.84
Ukraine	k. A. *	170	170	5	0	170		0.64
Frankreich	k. A. *	138	138	6	31	107	345.16	0.52
Belgien	k. A. *	112	112	7	54	58	107.41	0.42
Vereinigtes Königreich	k. A. *	84	84	8	0	84		0.32
Italien	k. A. *	55	55	9	0	55		0.21
Spanien	k. A. *	45	45	10	12	33	275.00	0.17

* Aus Datenschutzgründen können die Hotel-Logiernächte aus Randa nicht publiziert werden.

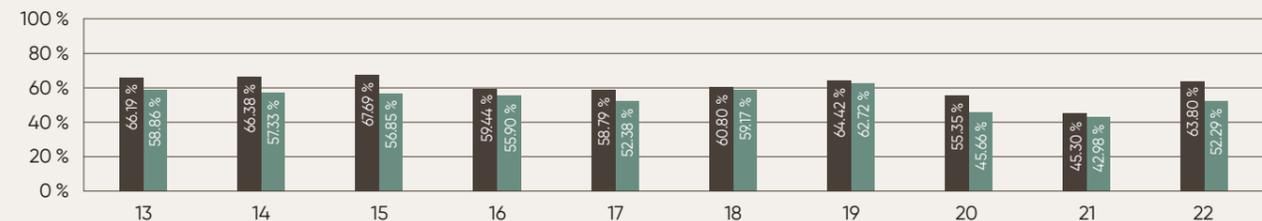
BETTENBELEGUNG HOTELLERIE ZERMATT

	Winter 2021 / 22	Sommer 2022	Jahr 2022
Anzahl Logiernächte	799'435	634'311	1'433'746
Vorhandene Betten	7'510	7'510	7'510
Anz. Logiernächte pro Bett	106	84	191
Auslastung in %	58.81%	45.91%	52.31%
Verfügbare Betten	6'921	6'598	6'760
Anz. Logiernächte pro Bett	116	96	212
Auslastung in %	63.80%	52.29%	58.14%

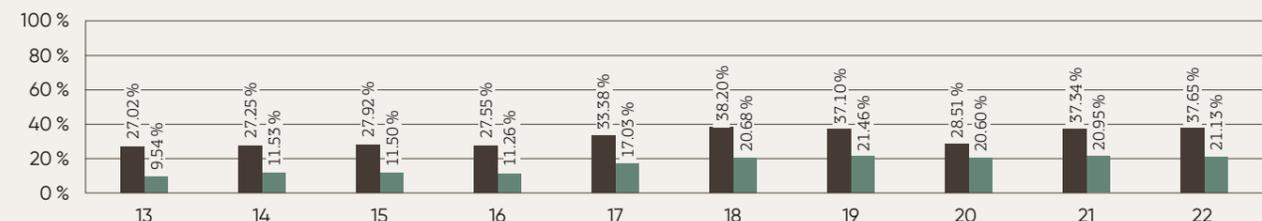
Zermatt: Auslastung vorhandene Betten pro Jahr (Hotellerie)



Zermatt: Auslastung verfügbare Betten pro Jahr (Hotellerie)

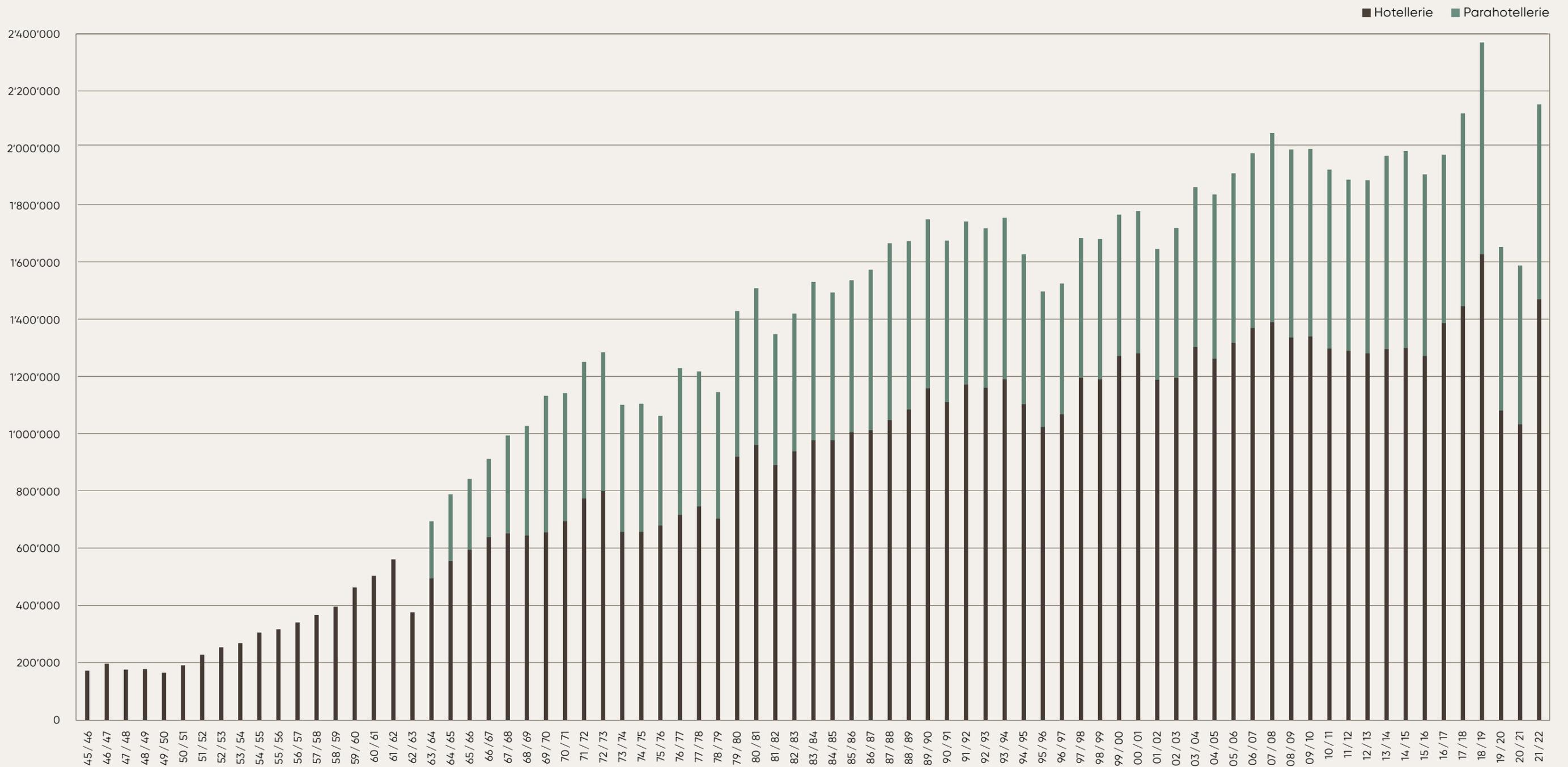


Zermatt: Auslastung vorhandene Betten pro Jahr (Ferienwohnungen)



ENTWICKLUNG LOGIERNÄCHTE HOTELLERIE UND PARAHOTELLERIE IN ZERMATT VON 1945 BIS 2022

Weitere
Informationen und
Statistiken finden Sie
jederzeit aktuell auf
www.ztnet.ch



ZERMATT TOURISMUS

Tel. +41 (0)27 966 81 00

info@zermatt.swiss