

JAHRESBERICHT 2015.

EINZIGARTIG
GÄSTEFOKUSSIERT
INNOVATIV
DYNAMISCH
SERVICEORIENTIERT
MEDIENAFFIN
INTERNATIONAL
QUALITÄTSBEWUSST
ORGANISIERT
LÖSUNGSORIENTIERT



Zermatt. No matter what

INHALTSVERZEICHNIS.

1. Grusswort des Präsidenten	2
2. Organisation von Zermatt Tourismus	3
3. Vorstandsarbeiten und Direktion	6
4. Marketing	7
5. Gäste Information Center	12
6. Gästeanimation	13
7. Finanzen	15
8. Eckdaten und Statistiken	22



1. GRUSSWORT DES PRÄSIDENTEN.



Hans-Jörg Walther
Präsident Zermatt Tourismus

Sehr geehrte Mitglieder von Zermatt Tourismus

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

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

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

Chars saluds

A handwritten signature in black ink, consisting of a stylized 'HJ' followed by a flourish.

Hans-Jörg Walther

2. ORGANISATION VON ZERMATT TOURISMUS.

Stand 31.10.2015

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







Team Zermatt Tourismus 2015

3. VORSTANDSARBEITEN UND DIREKTION.

Organisation des Vorstandes

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

Zusammenarbeit mit den Gemeinden

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

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

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

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

Events / Event-Pool

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

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

e-Fitness

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

150 Jahre Erstbesteigung Matterhorn

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

Personelles

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

Neue Marketingstrategie

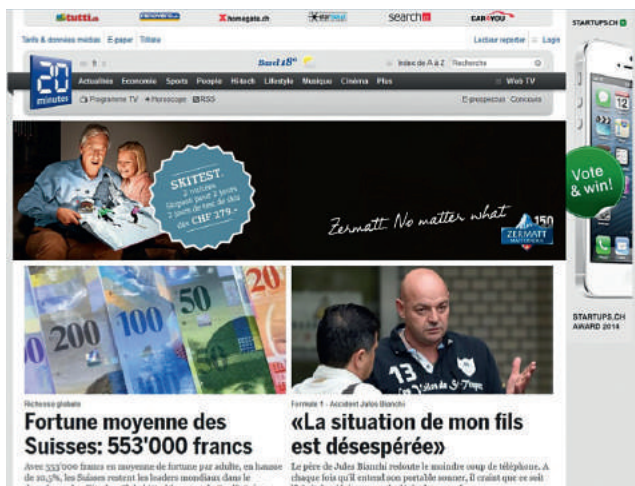
Der Vorstand von Zermatt Tourismus hat die neue Ausrichtung des Marketings genehmigt. Diese fokussiert anstatt auf geografische Märkte neu auf präzise definierte Zielgruppen. Die Umstellung hat weitreichende Auswirkungen auf die einzusetzenden Marketinginstrumente sowie das Organigramm von Zermatt Tourismus.

4. MARKETING.

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

Werbekampagne

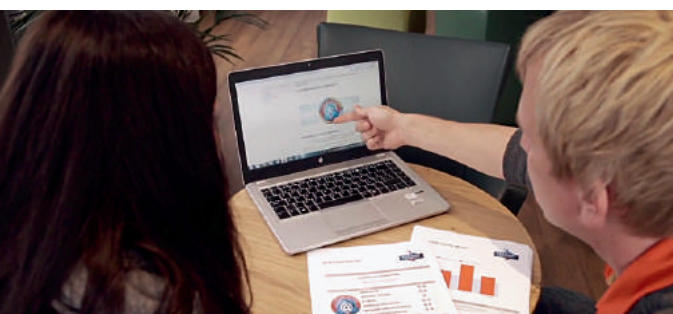
Die Werbekampagne «Es gibt Orte, die sind einzigartig» wurde im dritten Jahr nochmals verfeinert und besonders für die Winterwerbung eingesetzt. Durch Angebots-Pauschalen wie Hike Active, Ski Active und Skitest wurde jede der drei Kampagnenwellen noch attraktiver. Zahlreiche Wander-, Genuss- und Ski-Begeisterte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



Online Werbung auf hochfrequentierten Seiten & Aussenwerbung an bestfrequentierten Orten

e-Marketing

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



e-Fitness

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

Märkte

- Schweizer Ferientag

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

- Switzerland Travel Mart (STM)

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

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

Leistungsträger besuchen den STM



Medienarbeit / Reisefachbetreuung

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

Ankünfte nach Länder in der Destination

vom 01. November 2014 – 31. Oktober 2015

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

150 JAHRE ERSTBESTEIGUNG MATTERHORN

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

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

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

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

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

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





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



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



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



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



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



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

5. GÄSTE INFORMATION CENTER.

Online-Buchungen

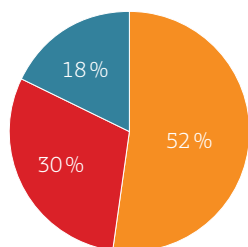
Da Ende April 2014 vom Buchungssystem Deskline auf OpenBooking gewechselt wurde, ist ein Vergleich zu den Vorjahren nicht eins zu eins möglich. Die Palette der buchbaren Angebote auf www.zermatt.ch wurde in diesem Jahr stetig erweitert.

Schalterverkauf

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

Umsatz nach Verkaufskanal in CHF

Zermatt.ch Channel Manager Schalterverkauf



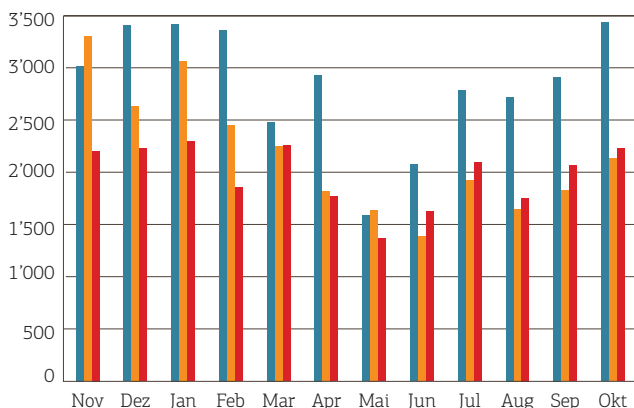
Zermatt.ch	Channel-Manager	Schalterverkauf	Total 2015
4'663'790	2'747'394	1'618'103	9'029'287

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

ECKDATEN UND STATISTIKEN

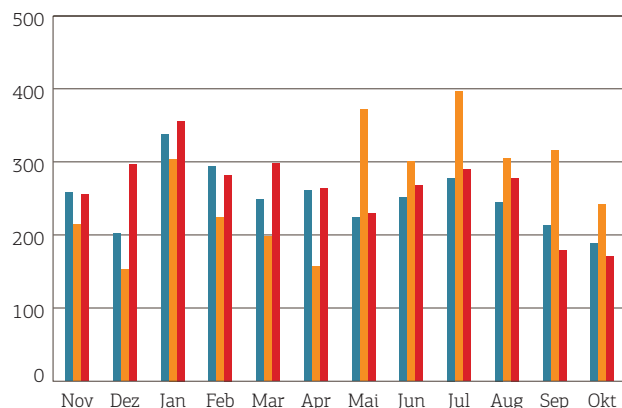
E-Mail pro Monat

2013 2014 2015



Prospektanfragen pro Monat

2013 2014 2015



Reservierbarkeit Hotellerie /

Parahotellerie über Zermatt Tourismus

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

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

Im Geschäftsjahr 2014/2015 wurden 3'165 Prospekte in alle Welt versandt. Grossversände sind in dieser Statistik nicht eingerechnet!

6. GÄSTEANIMATION.

Die Leistungsträger, Vereine und Zermatt Tourismus haben im vergangenen Geschäftsjahr viel zum Gelingen der Gästeanimation beigetragen. Besonders die Feierlichkeiten zum Jubiläum «150 Jahre Erstbesteigung Matterhorn» haben Gäste sowie Einheimische begeistert. Die inszenierten Dorfrundgänge unter der Leitung von Franz Imboden sowie die Freilichtspiele mit «The Matterhorn Story» auf Riffelberg (2'600 m) waren nur zwei der Highlights.

Auch weitere Animationen wurden von unseren Gästen sehr geschätzt:

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

Zur besseren Kommunikation nach innen wurde auf dem Extranet von Zermatt Tourismus (www.ztnet.ch) ein «Kalender» aufgeschaltet. Darauf sind verschiedene Veranstaltungen, Events, Urversammlungen etc. erfasst.

Alle Veranstalter haben die Möglichkeit und sind herzlich eingeladen ihre Veranstaltungen über das aufgeschaltete Formular eintragen zu lassen. Auch hat Zermatt Tourismus sich bemüht, bei schlechtem Wetter und in der Zwischensaison regelmässig interne Meldungen mit verfügbaren Angeboten zu versenden.

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

Event-Pool

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

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

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

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

** Der Event wurde nicht durchgeführt.

Auszug aus dem Eventkalender 2015

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



7. FINANZEN.

Allgemeines

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

Tourismusförderungstaxe (TFT)

Die Einnahmen stellen sich wie folgt zusammen:

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

Die TFT wurde wie folgt verwendet:

Ausgaben für Marketingzwecke

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

Einnahmen für Marketingzwecke

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

Folgende auswärtige Betriebe haben die Tourismusförderungstaxe freiwillig bezahlt:

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

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

Kurtaxen Hotellerie

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

Kurtaxen Parahotellerie

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

Budget 2016

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

BILANZ 2015

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

BILANZ 2015

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

ERFOLGSRECHNUNG 2015

	2015 Abschluss	in %	2015 Budget	in %	Diff. zu Budget 15	2016 Budget	in %
AUFWAND							
Personal Aufwand							
Gehälter	2'173'982.65		2'180'000.00		-6'017.35	2'150'000.00	
Sozialleistungen	408'776.25		405'000.00		3'776.25	410'000.00	
Schulung / Rekrutierung Personal	10'264.97		10'000.00		264.97	20'000.00	
	2'593'023.87	30.98	2'595'000.00	30.77	-1'976.13	2'580'000.00	31.84
Allgemeiner Aufwand							
Verwaltung und Sitzungen	5'977.56		7'000.00		-1'022.44	7'000.00	
Büromaterial	17'657.84		16'000.00		1'657.84	16'000.00	
Infrastruktur Geräte	16'535.02		15'000.00		1'535.02	16'000.00	
Infrastruktur Immob / Mob	19'210.04		19'000.00		210.04	20'000.00	
Kommunikation	32'291.39		33'000.00		-708.61	32'000.00	
Die Post	44'024.20		46'000.00		-1'975.80	44'000.00	
Mieten	286'599.60		285'000.00		1'599.60	285'000.00	
Energie / Wasser / Reinigung	15'409.31		17'000.00		-1'590.69	16'000.00	
Zinsen / Spesen	599.95		1'000.00		-400.05	2'000.00	
Versicherungen	10'603.95		11'000.00		-396.05	11'000.00	
Kurtaxenkontrolle	2'376.00		3'000.00		-624.00	3'000.00	
Verschiedenes	25'166.18		30'000.00		-4'833.82	30'000.00	
	476'451.04	5.69	483'000.00	5.73	-6'548.96	482'000.00	5.95
Informations Technologie- Management (IT)							
TOMAS	9'885.32		55'000.00		-45'114.68	10'000.00	
Internet	10'437.76		10'000.00		437.76	10'000.00	
IT-Software	13'160.19		15'000.00		-1'839.81	15'000.00	
IT-Hardware	30'157.91		30'000.00		157.91	30'000.00	
Verbrauch	10'200.18		7'000.00		3'200.18	9'000.00	
IT Operation Service	50'812.76		46'000.00		4'812.76	48'000.00	
	124'654.12	1.49	163'000.00	1.93	-38'345.88	122'000.00	1.51
Beiträge							
Dienstleistungszentrum Randa	24'000.00		24'000.00		0.00	24'000.00	
Dienstleist. Gemeinde Randa	10'000.00		10'000.00		0.00	10'000.00	
Dienstleist. Gemeinde Täsch	40'000.00		40'000.00		0.00	40'000.00	
Dienstleist. Gemeinde Zermatt	709'500.00		710'000.00		-500	710'000.00	
Strategie 2018 Gemeinde Zermatt	775'821.00		782'000.00		-6'179	770'000.00	
Langlauf Täsch-Randa	20'000.00		20'000.00		0.00	20'000.00	
Tele-Info Zermatt	0.00		21'000.00		-21'000	0.00	
Wolli-Park	20'000.00		20'000.00		0.00	20'000.00	
	1'599'321.00	19.10	1'627'000.00	19.29	-27'679.00	1'594'000.00	19.67
Subtotal	4'793'450.03		4'868'000.00		-74'549.97	4'778'000.00	

ERFOLGSRECHNUNG 2015

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

ERFOLGSRECHNUNG 2015

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

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

Anhang

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

EGGEN

TREUHAND

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

Bericht der Revisionsstelle an die Generalversammlung von Zermatt Tourismus 3920 Zermatt

Als Revisionsstelle Ihres Vereins habe ich die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) des Vereins Zermatt Tourismus für das am 31. Oktober 2015 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

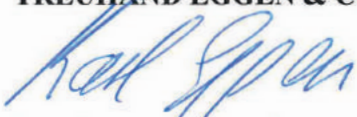
Für die Jahresrechnung ist der Vorstand verantwortlich, während meine Aufgabe darin besteht, diese zu prüfen. Ich bestätige, dass ich die gesetzlichen Anforderungen an Befähigung und Unabhängigkeit erfülle.

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

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

Zermatt, 23. Dezember 2015

TREUHAND EGGEN & CO



Karl Eggen, lic.rer.pol.
 zugelassener Revisor

8. ECKDATEN UND STATISTIKEN.

INVENTARISIERUNG ALLER WOHNUNGEN UND BETTEN

Zermatt, Täsch und Randa

Stand 30.11.2015

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

* ohne Neubauten 2015

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

LOGIERNÄCHTE NACH LÄNDERN PRO JAHR

Hotellerie und Parahotellerie in der Destination Zermatt - Matterhorn

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

TOP 20 NATIONEN

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

LOGIERNÄCHTE NACH UNTERKUNFTSART

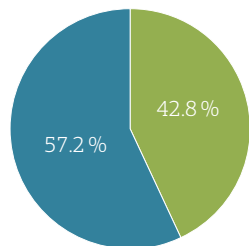
Total Hotellerie	1'267'342	64'239	7'428	1'339'009		1'337'869		1'140	0.09	64.26
Total Ferienwohnungen	454'340	15'590	6'907	476'837		477'197		-360	-0.08	22.89
Massenlager & Camping	78'701	15'970	18'616	113'287		101'022		12'265	12.14	5.44
Jahrespauschalen	139'040	11'120	4'160	154'320		151'280		3'040	2.01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

LOGIERNÄCHTE HOTELLERIE & PARAHOTELLERIE

Winter / Sommer 2015

Total Destination Zermatt

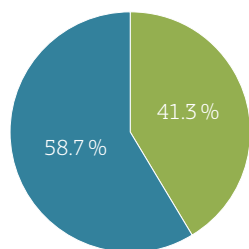
■ Winter ■ Sommer



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

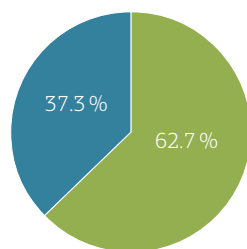
Zermatt

■ Winter ■ Sommer



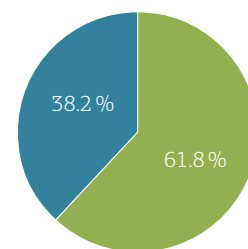
Täsch

■ Winter ■ Sommer



Randa

■ Winter ■ Sommer

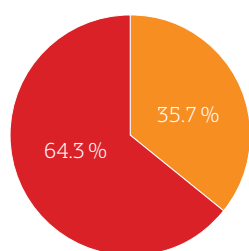


LOGIERNÄCHTE HOTELLERIE & PARAHOTELLERIE

Jahr 2015

Total Destination Zermatt

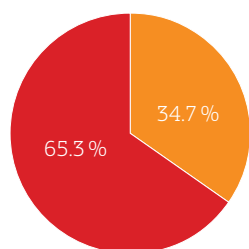
■ Hotellerie ■ Parahotellerie



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

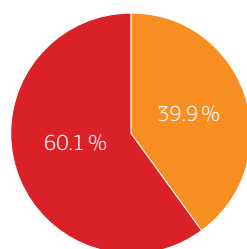
Zermatt

■ Hotellerie ■ Parahotellerie



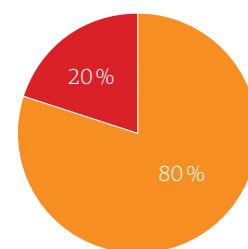
Täsch

■ Hotellerie ■ Parahotellerie



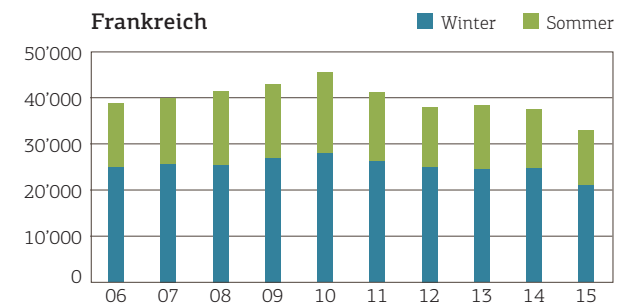
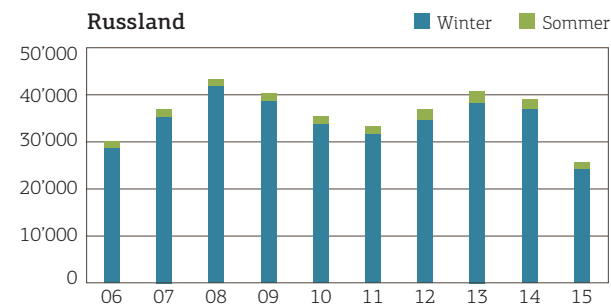
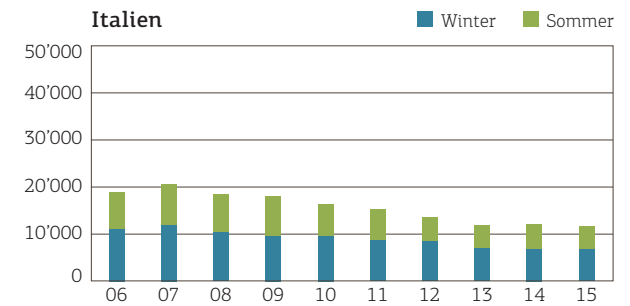
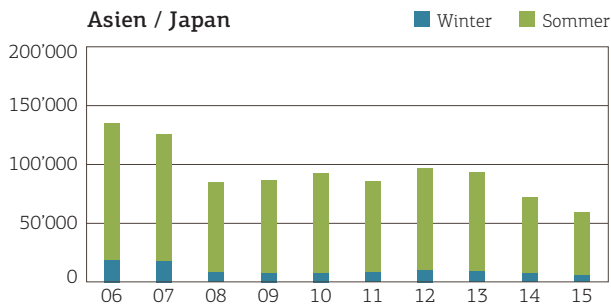
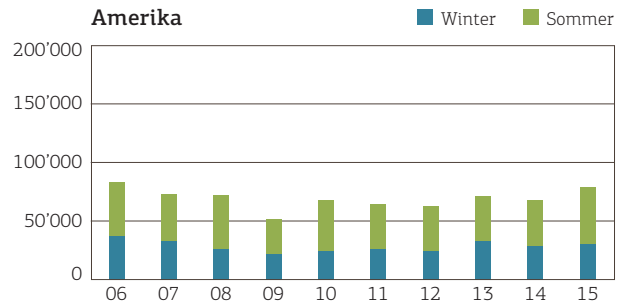
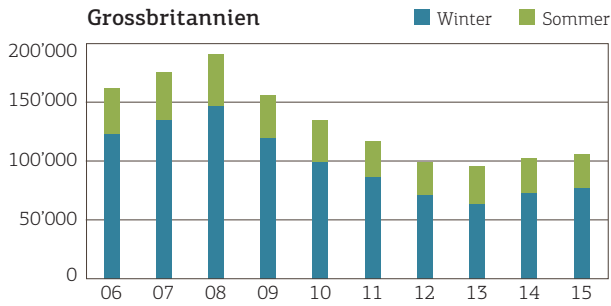
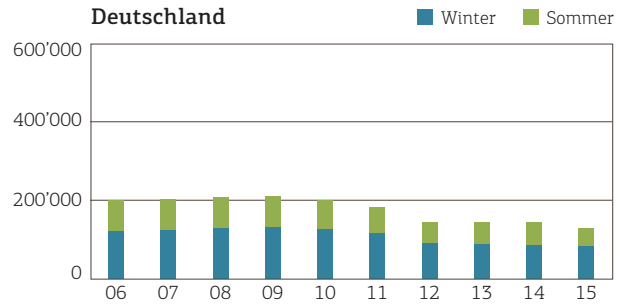
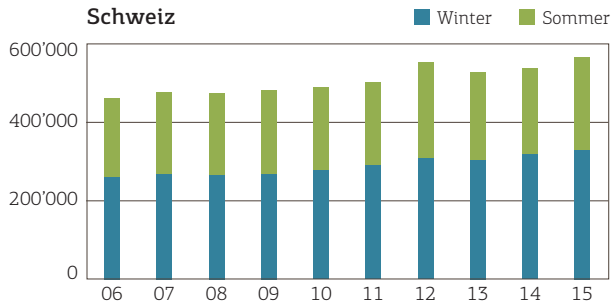
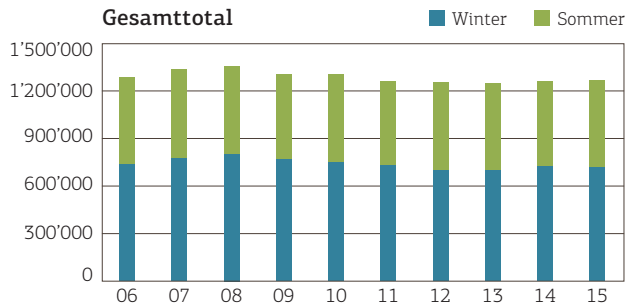
Randa

■ Hotellerie ■ Parahotellerie



HOTELLERIE NACH DEN WICHTIGSTEN MÄRKTEN

Zermatt



LOGIERNÄCHTE NACH TOP 10 NATIONEN

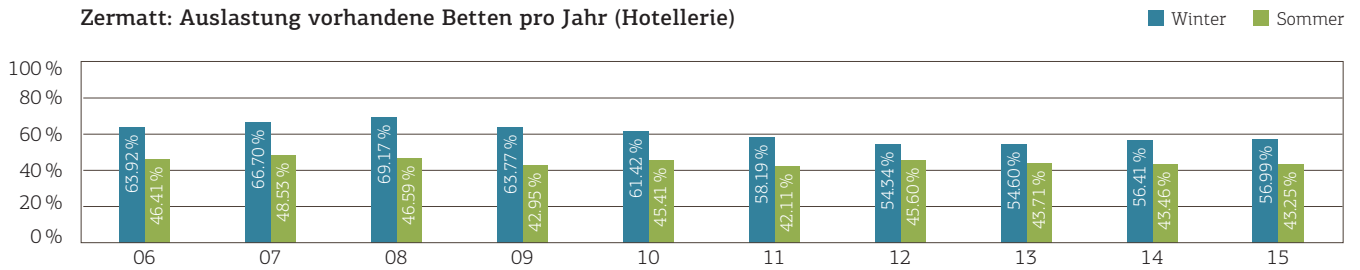
	Hotel 2015	Para 2015	Total 2015	Rang	Total 2014	Veränd. absolut	Veränd. in %	MA* in %
TOP 10 (NATIONEN)								
* Marktanteil								
Zermatt								
Schweiz	565'287	274'838	840'125	1	792'935	47'190	5.95	43.32
Deutschland	129'671	51'641	181'312	2	204'247	-22'935	-11.23	9.35
Vereinigtes Königreich	105'680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

BETTENBELEGUNG HOTELLERIE

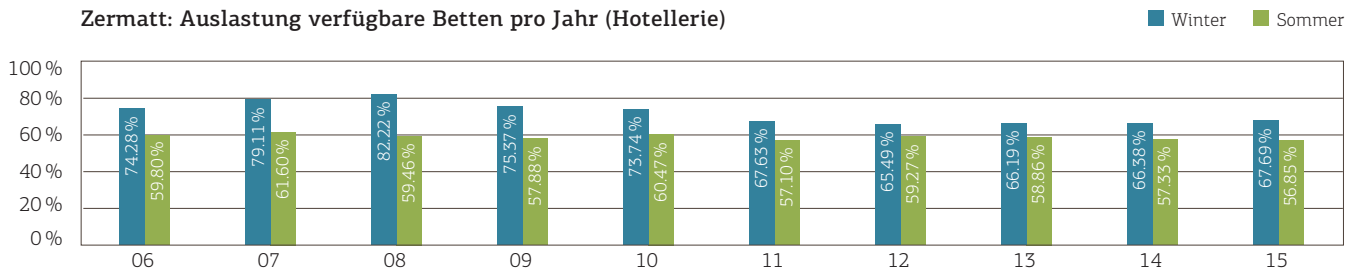
Zermatt

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

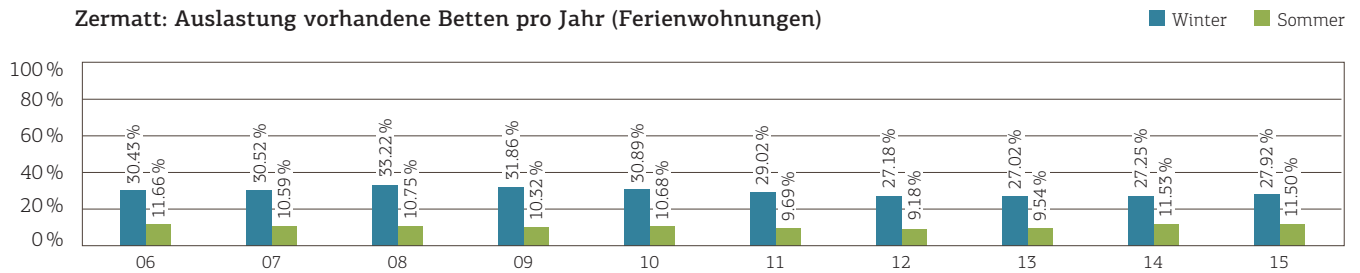
Zermatt: Auslastung vorhandene Betten pro Jahr (Hotellerie)



Zermatt: Auslastung verfügbare Betten pro Jahr (Hotellerie)



Zermatt: Auslastung vorhandene Betten pro Jahr (Ferienwohnungen)



ENTWICKLUNG LOGIERNÄCHTE HOTELLERIE UND PARAHOTELLERIE Zermatt

