

# JAHRESBERICHT 2013.

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	8
5. Gäste Information Center	12
6. Gästeanimation	14
7. Finanzen	15
8. Eckdaten und Statistiken	22



# 1. GRUSSWORT DES PRÄSIDENTEN.



Hans-Jörg Walther  
Präsident Zermatt Tourismus

Sehr geehrte Mitglieder von Zermatt Tourismus

Ein Blick in die Statistiken zeigt: Zermatt geht es nicht schlecht. Bei den Märkten Deutschland, England und USA sind Silberstreifen am Horizont zu sehen. Die Schweizer Gäste, die über einen Drittel der Logiernächte ausmachen, sind der Destination Zermatt-Matterhorn seit Generationen treu. Schneesicherheit und Schneekompetenz, Hotelwelten und Ferienwohnungen sowie Gastronomie-Betriebe bieten Qualität auf Weltklasse-Niveau. Die Marketing- und PR-Massnahmen von Zermatt Tourismus greifen international und nachhaltig. Auch wird die Destination immer wieder mit Preisen ausgezeichnet. So erhielt das autofreie Zermatt bereits zum zweiten Mal in Folge vom Verkehrsclub der Schweiz das Prädikat «nachhaltigster Winterferienort der Schweiz».

Doch Zermatt-Matterhorn will sich nicht auf den Lorbeeren ausruhen und geht die Hausaufgaben an. Im März 2013 wurde die Destinationsstrategie «Zermatt-Matterhorn 2018» von Leistungsträgern und öffentlichen Körperschaften verabschiedet. Grosse Investitionen stehen darin auf dem Programm. Einer der Schwerpunkte: der Ausbau des Sommerangebotes, beispielsweise mehr und bessere Bike-Wege. Das wird die Teilnehmenden des Perskindol Swiss Epic Bike-Rennens freuen, die im September 2014 im Zielort Zermatt einfahren.

Bleiben wir noch bei einem weiteren Aspekt von Hausaufgaben – der Preisgestaltung. Ein ehrlicher Blick in die Bücher zeigt ernüchternde Aspekte. Die Raiffeisenaktion von April bis November 2012 brachte zwar gute Zahlen, schlug aber mit dem in der Tourismusbranche bekannten «Raiffeisen-Effekt» später negativ zu Buche. Das heisst, die Logiernächte brachen nach dieser Aktion im Markt Schweiz leicht ein. Hier stellt sich die Frage: Sind solche preisgestalterischen Aktionen sinnvoll? Und Hand aufs Herz: wer in den mageren Jahren die Preise purzeln lässt, wird in den fetteren Jahren, wenn die Wirtschaft an Fahrt aufnimmt, mit seinen Preisen im Keller bleiben. Darum stehen wir zu unserer Qualität und unserer Preisgestaltung. Kümmern wir uns um die Gäste, die hier sind und jammern nicht über die, die nicht da sind.

Nehmen Sie, werte Mitglieder, meinen Dank für Ihren tatkräftigen Einsatz für das Wohl der Destination Zermatt-Matterhorn entgegen. Bedanken möchte ich mich auch beim Delegiertenrat, beim Vorstand und bei Kurdirektor Daniel Luggen und seinem Team für die konstruktive Zusammenarbeit und den unermüdlchen Einsatz.

Chars saluds

Hans-Jörg Walther

## 2. ORGANISATION VON ZERMATT TOURISMUS.

Stand 31.10.2013

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



## WIR GEBEN UNSERER ORGANISATION EIN GESICHT.

### GÄSTE INFORMATION CENTER & ZENTRALE DIENSTE



Marc-André Rey  
Leiter Information &  
Zentrale Dienste



Linda Rebert  
Gästeberaterin



Martin  
Neuenschwander  
Gästeberater



Sylvie Margelist  
Gästeberaterin



Denis Maccagno  
Gästeberater



Murielle Haltner  
Gästeberaterin



Emely Willisch  
Gästeberaterin



Fabienne Frutiger  
Gästeberaterin



Stéphanie Gitz  
Praktikantin



Chiara Maccagno  
Auszubildende



Marie-Louise Williner  
Gästeberaterin Täsch



Fabienne Ruppen  
Gästeberaterin Täsch



Doris Aufdenblatten  
Deskline Support



Lea Schmid  
Assistentin Zentrale  
Dienste



Fabienne Brantschen  
Auszubildende

### DIREKTION



Daniel Luggen  
Kurdirektor



Sabrina Crettaz  
Direktionsassistentin



Peter Kronig  
Project Manager



Viktoria Cristiano  
Quality Manager



Willi  
Liebling der Kinder

## MARKETING

Stand 31.10.2013



**Marc Scheurer**  
Leiter Marketing



**Janine Imesch**  
Sales & Product  
Manager



**Pascal Gebert**  
Sales Manager



**Ueli Schürmann**  
E-Marketing Manager



**Nicolas Borter**  
Praktikant E-Marketing



**Edith Zweifel**  
Content & Medien  
Manager



**Marianna Cristiano**  
Assistentin Content &  
Medien Manager



**Larissa Müller**  
Product Manager



**Tanja Hengartner**  
Product Manager &  
MICE



**Fabienne Schaller**  
Leiterin Marketing  
Support



**Dominique Mauderli**  
Marketing Support



**Jeremy Jakob**  
Praktikant Marketing  
Support



**Linda Moser**  
Auszubildende



**Amadé Perrig**  
Vertretung  
USA / Kanada



**Ariel Chang**  
Greater China

## 3. VORSTANDSARBEITEN UND DIREKTION.

### Organisation des Vorstandes

Der Vorstand hat sich im laufenden Geschäftsjahr zu fünf ordentlichen Sitzungen und einer ausserordentlichen Sitzung getroffen. Der Delegiertenrat hat sich an zwei Versammlungen über die Aktivitäten von Zermatt Tourismus informiert und seine Anliegen vorgebracht. An der konstituierenden Sitzung vom 6. Februar 2013 wurde Romy Biner-Hauser als Nachfolgerin von Gerold Biner von den Delegierten in den Vorstand gewählt.

### Marketingstrategie

Der Vorstand hat an einer ordentlichen Sitzung begonnen die Marketingstrategie für die nächsten drei Jahre zu definieren. Diese orientiert sich stark an den Vorgaben der Destinationsstrategie «Zermatt-Matterhorn 2018».

### Tourismusfinanzierung

Zermatt Tourismus hat nach langer Vorbereitung und Vorarbeit am 3. Juli 2013 das Gesuch an den Gemeinderat Zermatt gestellt, die Kurtaxen auf das kantonale Maximum von CHF 2.50 anzupassen. Der Antrag wurde vorgängig in einer ausserordentlichen Generalversammlung von den Mitgliedern von Zermatt Tourismus mit grosser Mehrheit für gut geheissen. Nach der Zustimmung des Gemeinderates Zermatt, unter Anhörung der Gemeinden Täsch und Randa sowie der Homologation des Walliser Staatsrates, gelten seit dem 1. November 2013 die neuen Ansätze. Die daraus generierten zusätzlichen Einnahmen stehen der Einwohnergemeinde Zermatt zwecks Umsetzung der Massnahmen aus der Destinationsstrategie «Zermatt-Matterhorn 2018» zur Verfügung.

### Redesign zermatt.ch

Nachdem die Zermatt Bergbahnen AG im Januar 2013 beschlossen hat, eine eigene Internetseite zu betreiben, wurden die Arbeiten am Redesign für zermatt.ch wieder aufgenommen. Verschiedene Technologiepartner wurden für das Projekt evaluiert; den Zuschlag erhielten die Firmen «Eyekon» für das Design und «Land in Sicht» für die technische und grafische Umsetzung. Die neue Seite wird im Frühling 2014 online gehen und ersetzt die dann fünf Jahre alte Internetseite.

### Zermatt Insider

Anlässlich des 3. Destinationstages wurde die Destinationsstrategie «Zermatt-Matterhorn 2018» präsentiert. Rund 50 Leistungsträger sind der Einladung auf den Gorngrat gefolgt. Unter dem Label «Zermatt Insider» wurden zudem zwei Informationstage für die Mitarbeitenden der Zermatter Leistungsträger organisiert; diese fanden jeweils vor Saisonstart im Hotel Alex statt und hatten das Ziel, gut informierte Frontmitarbeitende auszubilden.

### IKS / Balanced Score Card

Die Einführung des IKS (internes Kontrollsystem) ist ohne Zwischenfälle vor sich gegangen. Das IKS von Zermatt Tourismus wurde zudem erstmals einer externen Prüfung unterzogen und hatte keine nennenswerten Anpassungen zur Folge. Die Einführung einer balanced score card zwecks Ermittlung von Kennzahlen wurde vorläufig auf Eis gelegt, da in der aktuellen Situation kein eigentlicher Nutzen zu erkennen ist.

### Qualität

Die Schweizer Ski- und Snowboardschule hat beim Vorstand von Zermatt Tourismus den Antrag gestellt, zukünftig nur noch durch Swiss Ski zertifizierte Skischulen in den Publikationen von Zermatt Tourismus zu kommunizieren. Dieser Antrag wurde vom Vorstand Zermatt Tourismus angenommen und soll ab dem Geschäftsjahr 2015 gelten.

### Neues Buchungssystem

Die Firma «Pixeltext» programmiert die Meta-Search «OpenBooking». Die Einführung dieses neuartigen Systems hat sich verzögert; neu soll das Buchungssystem im Frühling 2014 zusammen mit der überarbeiteten Internetseite lanciert werden. «OpenBooking» kann die Verfügbarkeit von verschiedenen Buchungssystemen verknüpfen und einheitlich darstellen. Damit haben die Beherberger bei der Wahl des Systems mehr Möglichkeiten. Zermatt Tourismus wird zudem weiterhin ein eigenes Buchungssystem anbieten. Hierzu wurde das Produkt «Tomas» von der Firma «Tourist Data Shop» gewählt.

### Tourismusgesetz

Die Arbeitsgruppe «Strukturen & Finanzen», bei der Kurdirektor Daniel Luggen mitarbeitete, hat ihren Vorschlag zu Händen des Parlamentes abgeliefert: neu sollen den Gemeinden mehr Autonomie und Verantwortung übertragen werden – sollten die Vorschläge im Tourismusgesetz aufgenommen werden, stehen den Gemeinden insgesamt fünf Finanzierungswerkzeuge zur Verfügung. Zermatt-Matterhorn nutzt heute davon bereits zwei (Kur- und Tourismusförderungstaxen).

### 150 Jahre Matterhorn

Ein ganzes Jahr lang wurden von einem Steuerungsausschuss Ideen und Projekte gesammelt und zusammengetragen. Da die Ausbeute nicht den Erwartungen entsprach, hat der Steuerungsausschuss beschlossen, eine Agentur beizuziehen. Diese wird bis Ende 2013 ein Konzept erarbeiten. Von den Märkten konnte ein gesteigertes Interesse für 2015 wahrgenommen werden; bereits haben zahlreiche Medien über das Jubiläum berichtet.

### Gästekarte

Auf Antrag der Delegierten Fabienne Götzenberger und Susi Wicki-Perren wurde das Thema Gästekarte im Vorstand besprochen. Im Grundsatz wird eine Gästekarte begrüsst und als Verbesserung der Marktattraktivität von Zermatt-Matterhorn angesehen. Inhaltlich ist man sich einig, dass es verschiedene Leistungen für die Karte braucht. Als zwingend werden allerdings die Leistungen der Bahnen angesehen. Sowohl die Zermatt Bergbahnen AG wie auch die Matterhorn Gotthard Bahn / Gornergrat Bahn wollen das Thema prüfen.

### Zusammenarbeit Schweiz Tourismus

Zermatt Tourismus hat für die kommenden Jahre eine enge Zusammenarbeit mit der nationalen Dachorganisation Schweiz Tourismus angekündigt. Der Zusammenarbeitsvertrag umfasst unter anderem für die nächsten zwei Jahre die Durchführung der internationalen Medienreise, des Schweizer Ferientags, sowie des Switzerland Travel Mart.

### Events / Eventpool

Dank der Koordination von Zermatt Tourismus konnten gleich zwei neue Grossveranstaltungen für die Destination gewonnen werden: Matterhorn Ultraks, ein Ausdauerlauf im Sommer und alle zwei Jahre im Winter (alternierend zur PdG) sowie das Swiss Epic, ein Bike Rennen mit internationaler Ausstrahlung. Der Vorstand von Zermatt Tourismus hat erneut Beiträge für zahlreiche Events gesprochen (Auflistung siehe auf Seite 14). Zudem hat der Vorstand beschlossen, zukünftig die Mittel gemeinsam mit der Einwohnergemeinde Zermatt zu vergeben. Der Prozess soll ähnlich wie bisher ablaufen und als Vergabegremium amtiert nach wie vor der Vorstand von Zermatt Tourismus; die Einwohnergemeinde Zermatt hat jedoch ein grösseres Mitsprache- und ein Vetorecht.

### Studienreise Russland

Eine Delegation von 36 Leistungsträgern ist im September / Oktober 2013 nach Russland gereist. Die besuchten Destinationen waren Sochi (Austragungsort Olympische Spiele 2014), Moskau und Sankt Petersburg. Ziel der Reise war es, einen unserer wichtigsten Herkunftsmärkte besser kennen und verstehen zu lernen. Und natürlich stand auch WAGAZUG\* im Vordergrund.

### \* WAGAGUZ:

**Wir arbeiten gemeinsam am Gedeihen unseres Zermatts!**



Besuch der Zermatt-Delegation beim Bürgermeister von Sochi

## 4. MARKETING.

In diesem Jahr stand der Fokus auf der vollumfänglichen Anpassung unserer Marketingaktivitäten auf Basis der erarbeiteten Destinationsstrategie «Zermatt-Matterhorn 2018». Das Corporate Design der Destination wurde neu definiert und auf «premium» umgestellt. Folglich wurde die Werbekampagne angepasst. Ebenfalls wurden in den Märkten Schweiz, Russland, Skandinavien und Osteuropa die Investitionen erhöht und zusätzliche Aktivitäten unternommen.



Werbekampagne Winter

### Neuer Werbeauftragtritt:

#### das Angebot steht im Vordergrund

Die Destination Zermatt-Matterhorn hat eine grosse Anzahl Stammgäste (im Winter nahezu 80%), welche mitverantwortlich sind, dass immer wieder neue Gäste in die Destination kommen. Darauf baut auch der neue Werbeauftragtritt von Zermatt Tourismus: eine vertraute Person erzählt begeistert von der Destination und seinem Angebot. Die Sujets zeigen Alltags-Situationen, bei denen der erfahrene Zermatt-Gast sein Wissen weitergibt: vom Vater zum Sohn, von der Freundin zur Freundin, vom Arbeitskollegen zum Arbeitskollegen, vom Grossvater zur Enkelin.

### Angebot statt Preis

Im Mittelpunkt steht immer das Angebot von der Destination Zermatt-Matterhorn, das wir mit gutem Gewissen als kundennah, qualitativ hochstehend und vor allem mit einer grossen Portion Gastfreundschaft anbieten können. Mit Absicht unterlassen wir eine aggressive Preiskommunikation à la «all inclusive», «Skipass / Skischule geschenkt», «3 für 2» etc. wie es viele unserer Mitbewerber praktizieren.

### Egal was passiert ...

Die Destination positioniert sich über das Angebot und nicht den Preis. So sollen die Argumente für einen Zermatt Besuch aus Kundensicht preisunabhängig sein. Selbst in wirtschaftlich schwierigeren Zeiten! Egal was ist, ein Besuch in der Destination Zermatt-Matterhorn lohnt sich immer – oder eben getreu dem neuen Slogan: «Zermatt. No matter what»

### CHF 1 Mio

Der neue Werbeauftragtritt löst sukzessive die aktuelle Schweizerkreuz-Kampagne ab. Die Werbemassnahmen, welche für das Geschäftsjahr 2012/13 platziert wurden, betragen rund eine Million Franken und werden nebst Zermatt Tourismus von der Zermatt Bergbahnen AG und einem Beitrag des Hotelier Vereins Zermatt getragen. Der Werbeauftragtritt wurde von der Werbeagentur «Creation» gestaltet, die sich im Wettbewerb mit zwei weiteren Agenturen durchsetzen konnte. Creation arbeitet bereits seit längerem als Hausagentur für die Zermatt Bergbahnen AG und kennt dadurch das Angebot von der Destination Zermatt-Matterhorn bestens.



*Zermatt. No matter what*

Slogan

«Zermatt. No matter what»



### Märktefokus

Die von der Destinationsstrategie vorgegebenen Hauptmärkte wurden mit mehr Mitteln bearbeitet als bis anhin. Damit konnten zusätzliche Aktivitäten durchgeführt werden. Die Highlights waren:

#### Russland: Key Account Workshop

Die 25 wichtigsten Reiseveranstalter wurden nach Zermatt eingeladen, um das Angebot vor Ort besser kennen zu lernen. Im Rahmen eines Workshops konnten auch Leistungsträger aus der Destination Zermatt-Matterhorn den direkten Kontakt mit ihnen pflegen.

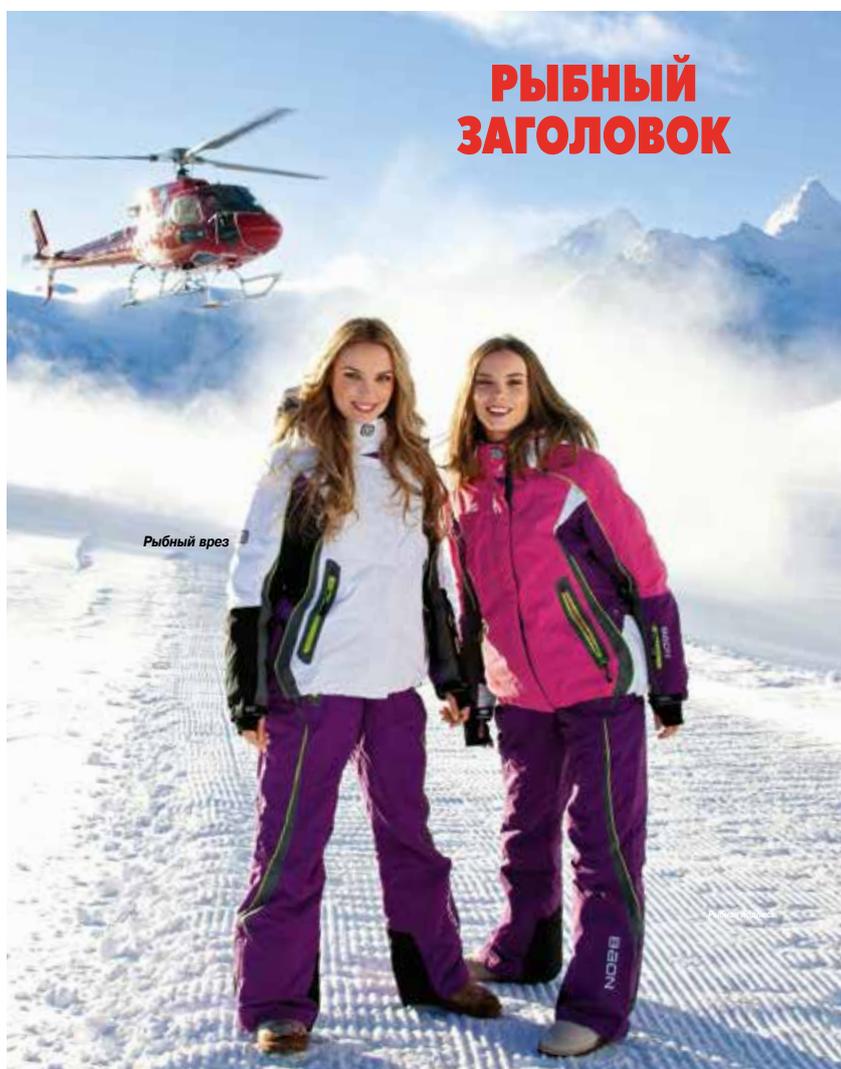


Key Account Workshop im Grand Hotel Zermatterhof

#### Russland: Berühmtheiten

Die berühmten Zwillingsschwestern und Filmschauspielerinnen wurden auf ein Shooting nach Zermatt eingeladen. Das Medium 7 Days berichtete über ihren Aufenthalt umfänglich. Dank einer Auflage von 3 Millionen Exemplaren, war die Destination Zermatt-Matterhorn im Dezember / Januar 2012 / 13 in Russland in aller Munde.

Russische Berühmtheiten im Magazin «7 Days»



Nordics Workshop  
in Zermatt



Skandinavien: Nordics Workshop  
Über 40 Reiseveranstalter aus Skandinavien lernten während einem Workshop die Ferien- und MICE-Destination Zermatt-Matterhorn kennen. Der Workshop wurde mit dem Ski-Test auf Trockener Steg verbunden, um die Reiseveranstalter bestens auf den Zermatter Winter einzustimmen.

Switzerland Travel  
Experience (STE)  
Middle Europe



Osteuropa: Key Partner Package  
Auf den Märkten Polen und Tschechien wurde die Key-partnerschaft mit Schweiz Tourismus fortgesetzt und ein umfassender Marketingmix auf beiden Märkten definiert. Sowohl Key Media Management, sowie Key Account Management waren im Fokus. Aber auch Schulungen und Workshops wurden durchgeführt.

Beliebtester Moderator der Schweiz  
in Zermatt: Nick  
Hartmann für  
«Gipfelstürmer»



Schweiz:  
In der Schweiz wurden noch mehr Mittel eingesetzt und die Pressearbeit verstärkt. Die zwei Highlights waren unbestritten die gemeinsame Werbekampagne mit der Zermatt Bergbahnen AG und dem Hotelier Verein Zermatt (siehe Seite 8) sowie der Gewinn der zweiten Staffel der Sendung «Gipfelstürmer» auf SRF, welche uns an vier Samstag Abenden zur besten Sendezeit eine unbezahlbare Werbepattform bot.

### Marktbearbeitung

Zermatt Tourismus ist weltweit tätig. Jeder Markt wird individuell bearbeitet. Als wichtiges Verkaufstool gilt es, die Reisebranche zu besuchen und auf das Angebot unserer Destination aufmerksam zu machen, um die Verkäufe nach Zermatt zu steigern.



### Medienarbeit / Reisefachbetreuung

Als eine der Hauptaufgaben gilt es, Fachpersonen aus der ganzen Welt in der Destination willkommen zu heissen und diese zu betreuen sowie zu begeistern. Über 1'528 Fachpersonen (781 Medien/660 Reiseagenten) aus der ganzen Welt wurden in der Destination Zermatt-Matterhorn empfangen und von Zermatt Tourismus betreut. Neben der aktiven Medienbearbeitung, den gezielten Presse-Communiqués und dem stets aktuellen Content auf den diversen Kommunikationskanälen von Zermatt Tourismus konnten weitere interessante PR-Projekte betreut werden.

#### Journalisten in Zermatt

nach Land	Anzahl
Argentinien	4
Australien	5
Belgien	10
Brasilien	14
China	20
Dänemark	3
Deutschland	110
Finnland	4
Frankreich	32
Grossbritannien	39
Indien	27
Indonesien	2
Irland	2
Italien	37
Japan	22
Malaysia	10
Neuseeland	3
Niederlande	11
Norwegen	6
Österreich	11
Polen	25
Portugal	4
Russland	27
Saudiarabien	5
Schweden	9
Schweiz	145
Singapur	1
Spanien	38
Südafrika	6
Südkorea	59
Taiwan	10
Thailand	12
Tschechische Republik	2
Ungarn	2
USA	58
Vereinigte Arabische Emirate	6
<b>36</b>	<b>781</b>

#### Reisefachleute in Zermatt

nach Land	Anzahl
Australien	12
Brasilien	5
China	31
Dänemark	6
Deutschland	4
Frankreich	24
Finnland	10
Grossbritannien	38
Indien	8
Indonesien	17
Israel	2
Japan	22
Niederlande	2
Norwegen	9
Oman	5
Österreich	14
Polen	10
Russland	87
Schweden	27
Schweiz	112
Slowenien	2
Spanien	10
Südafrika	8
Südkorea	43
Thailand	11
Tschechische Republik	1
Türkei	7
USA	66
Vereinigte Arabische Emirate	10
International	57
<b>30</b>	<b>660</b>

#### Wettbewerbe in Zermatt

nach Land	Anzahl
International	2
China	2
Deutschland	6
Frankreich	4
Grossbritannien	2
Indien	2
Liechtenstein	2
Schweden	6
Schweiz	51
Tschechische Republik	10
<b>10</b>	<b>87</b>

#### Online-Marketing

Die Online Aktivitäten von Zermatt Tourismus wurden gänzlich hinterfragt und konzeptuell neu überarbeitet. Für den Relaunch von [www.zermatt.ch](http://www.zermatt.ch) wurde ein umfassendes Konzept geschrieben (Design, Inhalte, Buchungsmöglichkeiten, etc.). Das einjährige Projekt geht bis im Frühling 2014 weiter. Lasst Euch vom neuen Auftritt überraschen.

## 5. GÄSTE INFORMATION CENTER.

### UNTERKUNFTS-BUCHUNGEN

Der Umsatz bei Direktbuchungen blieb in diesem Geschäftsjahr praktisch unverändert. Wie bereits im Vorjahr musste ein kleiner Einbruch verbucht werden – dieser beläuft sich jedoch lediglich auf CHF 30'216 oder 1.1 %. Im Herbst wurde auf die Winterluft-Pauschale zu Gunsten der «Ski Active Pauschale» verzichtet, weshalb Zermatt Tourismus ein Umsatzminus von ca. CHF 34'000 hinnehmen musste. Der Trend des Buchungsverhaltens der Gäste wird bestätigt: die Internetbuchungen nahmen um 3 % zu, die Buchungen über das Tourismusbüro um 3 % ab.

#### Umsatz Deskline seit 2002 in CHF

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

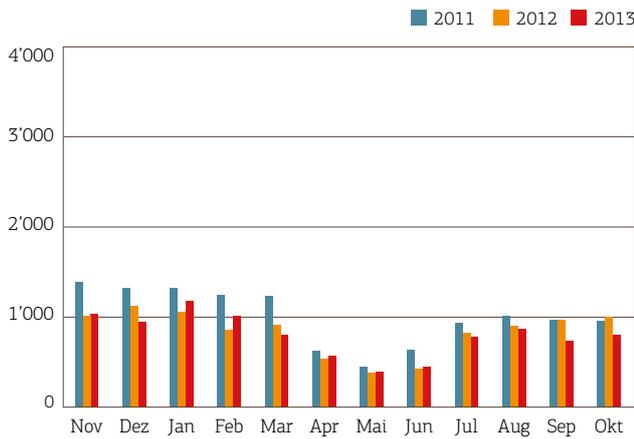
#### Abo- und Ticketverkauf der Bergbahnen Zermatt

Der Verkauf der Tickets hat sich bewährt. Die Dienstleistung kommt bei den Gästen sehr gut an und deckt das Gästebedürfnis, alle Leistungen am selben Standort zu beziehen. Neu konnten seit Juni 2013 auch Einzel- und Retourfahrten der Gornergrat Bahn verkauft werden. Die Möglichkeit für den Verkauf weiterer Produkte und Dienstleistungen wird laufend überprüft. Ziel ist es weiterhin, das Tourismusbüro als Dienstleistungszentrum stärker zu positionieren.

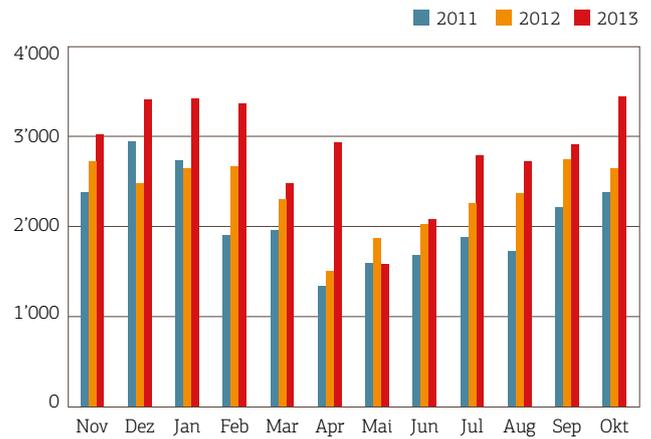
Im Geschäftsjahr 2013 konnte ein Gesamtumsatz durch den Ticketverkauf von CHF 826'861 erzielt werden. Der Ticketverkauf der Zermatt Bergbahnen AG konnte um 26.04% oder CHF 168'166 gegenüber dem Vorjahr gesteigert werden. Hierzu muss beachtet werden, dass im Geschäftsjahr 2012 während dem Umbau der Schalterhalle (2.5 Monate) keine Tickets verkauft werden konnten, was eine Einbusse von ca. CHF 70'000 darstellte.

**ECKDATEN UND STATISTIKEN.**

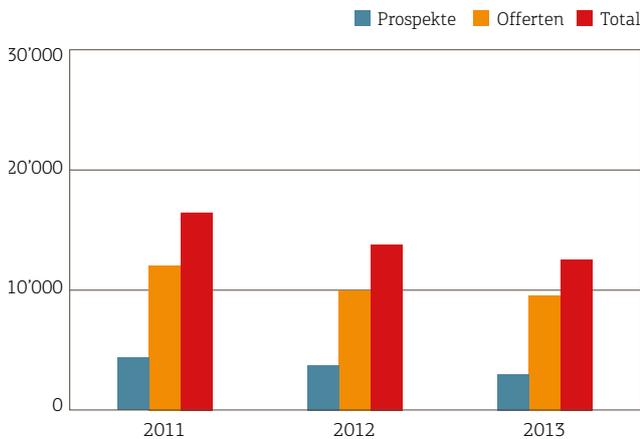
**Offertanfragen pro Monat**



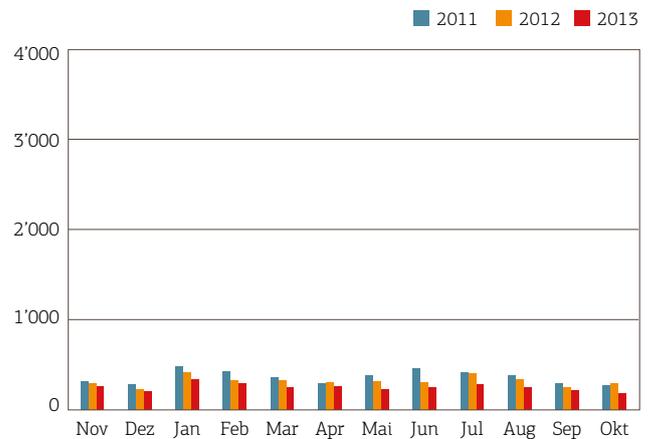
**E-Mail pro Monat**



**Offert- und Prospektanfragen pro Jahr**



**Prospektanfragen pro Monat**



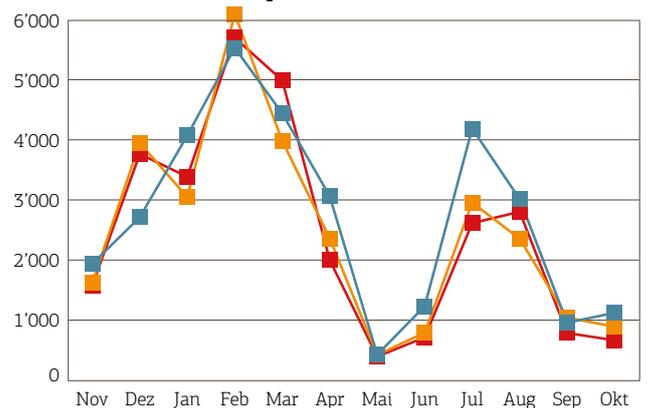
Im Geschäftsjahr 2012 / 13 wurden 2'999 Prospekte in alle Welt versandt. Grossversände sind in dieser Statistik nicht eingerechnet!

**Reservierbarkeit Hotellerie/Parahotellerie über Zermatt Tourismus**

Im Geschäftsjahr 2012 / 13 waren im Informations- und Reservationssystem Deskline 1'158 Wohnungen (20 Wohnungen in Randa, 58 Wohnungen in Täsch und 1'080 Wohnungen in Zermatt) registriert.

Es werden 524 Objekte (10 Wohnungen in Randa, 13 Wohnungen in Täsch und 501 Wohnungen in Zermatt) zur Direktreservation angeboten. Bei den Hotels werden 78 zur Direktreservation angeboten (davon 1 in Randa, 3 in Täsch und 74 in Zermatt).

**Entwicklung der generierten Logiernächte durch Direktreservation pro Monat**



## 6. GÄSTEANIMATION.

Die Leistungsträger, Vereine und Zermatt Tourismus haben im vergangenen Geschäftsjahr viel zum Gelingen der Gästeanimation beigetragen. Besonders die Dorfrundgänge gewinnen erfreulicherweise von Jahr zu Jahr an Beliebtheit. An dieser Stelle möchten wir es nicht unterlassen, Frau Edith Villiger-Imark für die Durchführung der Dorfrundgänge während den letzten 17 Jahren recht herzlich zu danken.

Auch weitere Animationen wurden von unseren Gästen sehr geschätzt:

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

Zur besseren Kommunikation nach innen wurde auf dem Extranet von Zermatt Tourismus ([www.ztnet.ch](http://www.ztnet.ch)) «Zermatt Aktuell» aufgeschaltet. Auch hat sich Zermatt Tourismus 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 Randa, Täsch und Zermatt für die Mitarbeit am Veranstaltungsprogramm bedanken.

### Event-Pool

Aus den Erträgen der Tourismusförderungstaxe von Zermatt Tourismus fliesst jährlich ein Beitrag von CHF 50'000 in den Event-Pool. Davon sind CHF 45'000 für Direktzahlungen und Defizitgarantien vorgesehen. CHF 5'000 sowie nicht ausgeschüttete Beiträge verbleiben in den Rückstellungen.

Während des Geschäftsjahres 2013 wurden folgende Beiträge gesprochen:

Events	Direktzahlungen	Defizitgarantien
Zermatt Unplugged	CHF 50'000	
Swatch Skiers Cup	CHF 10'000	
Zermatt Marathon	CHF 10'000	
Zermatt Ultraks	CHF 21'600	
Swiss Food Festival	CHF 10'000	
Raiffeisen Tennis Open	CHF 5'000	
Gornergrat Kulturevent	CHF 3'000	
Täschalplauf	CHF 2'000	
Folklore Festival		CHF 5'000 *
Horu Trophy		CHF 5'000 *
Matterhorn Eagle Cup		CHF 5'000 *

\* Die Defizitgarantie wurde bis Ende des Geschäftsjahres 2013 nicht beansprucht.

So wurden während des vergangenen Jahres Total CHF 111'600 ausgeschüttet. Der Event-Pool beläuft sich mittlerweile auf insgesamt CHF 17'100 (per 31.10.2013).

### Auszug aus dem Eventkalender

Datum	Event	Organisator	Aufgaben ZT
02.12.2012	Weihnachtsbaum Einweihungsfest	Gewerbeverein Zermatt (Ted Mate)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Koordination</li> <li>• allgemeine Sekretariatsarbeiten</li> <li>• Mithilfe Durchführung Event</li> </ul>
20.04.2013	Matterhorn Ultraks – SkiTouring	DONE SA (Michel Hodara)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unterstützung &amp; Werbung vor Ort</li> </ul>
01.08.2013	Nationalfeiertag	Zermatt Tourismus	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planung, Organisation und Durchführung</li> </ul>
11.08.2013	44. Folklore-Festival Zermatt	Gewerbeverein Zermatt (Ted Mate)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Akquisition der Vereine</li> <li>• allgemeine Sekretariatsarbeiten</li> <li>• Empfang der auswärtigen Gruppen</li> </ul>
24.08.2013	Matterhorn Ultraks – Trail	DONE SA (Michel Hodara)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unterstützung &amp; Werbung vor Ort</li> </ul>
30.08. – 15.09.2013	Zermatt Festival	Stiftung Zermatt Festival (Giovanna Panese)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unterstützung &amp; Werbung vor Ort</li> </ul>

## 7. FINANZEN.

### Allgemeines

Die Jahresrechnung 2013 weist einen Ertrag von CHF 6'788'240.23 und einen Aufwand von CHF 6'787'593.90 auf, was einen Erfolg von CHF 646.33 ergibt. Mehreinnahmen wurden bei den Kurtaxen (+ CHF 27'182.67) und beim Ausserordentlichen Ertrag (+ CHF 25'904.94) verbucht.

### Tourismusförderungstaxe (TFT)

Die Einnahmen stellen sich wie folgt zusammen:

Hotellerie	CHF	620'007	26.86%
Ferienwohnungen	CHF	417'736	18.10%
Bahnen	CHF	261'010	11.31%
Restaurant	CHF	224'447	9.72%
Baugewerbe	CHF	184'162	7.98%
Handel/Getränke	CHF	119'644	5.18%
Beratung/Freie Berufe	CHF	80'495	3.49%
Sportgeschäfte/Ski-Depot	CHF	58'898	2.55%
Transportgewerbe	CHF	50'129	2.17%
Nahrungs- & Genussmittel	CHF	45'380	1.97%
Skilehrer/Skischulbüro	CHF	40'292	1.75%
Banken	CHF	34'010	1.47%
Bekleidung, Schuhe	CHF	24'677	1.07%
Unterricht	CHF	21'769	0.94%
Immobilienhandel	CHF	19'663	0.85%
Apotheken/Drogerien	CHF	17'006	0.74%
Freiwillige	CHF	14'656	0.64%
Reparaturgewerbe	CHF	14'513	0.63%
Elektronik/Optik	CHF	13'042	0.57%
Uhren, Bijouterie	CHF	12'302	0.53%
Energie/Wasser	CHF	6'466	0.28%
Coiffeur, Kosmetik, Reinig.	CHF	6'325	0.27%
Gesundheitswesen	CHF	5'417	0.23%
Reisebüro	CHF	4'893	0.21%
Bergführer, Wanderleiter	CHF	4'052	0.18%
Versicherungen	CHF	3'641	0.16%
Radio/TV	CHF	2'191	0.09%
Druck und Grafik	CHF	1'131	0.06%
<b>Total</b>	<b>CHF</b>	<b>2'307'956</b>	<b>100%</b>

Sie wurden wie folgt verwendet:

### Ausgaben für Marketingzwecke

Marketing	CHF	2'574'034
Wallis Tourismus	CHF	52'879
Event-Fond	CHF	50'000
<b>Total Ausgaben</b>	<b>CHF</b>	<b>2'676'913</b>

### Einnahmen für Marketingzwecke

TFT	CHF	2'307'956
Mitgliederbeiträge	CHF	57'850
Gemeinde Zermatt	CHF	100'000
Direktreservation	CHF	270'940
Sponsoring	CHF	166'429
Merchandising	CHF	31'978
Ausserordentlicher Ertrag	CHF	25'905
<b>Total Einnahmen</b>	<b>CHF</b>	<b>2'961'058</b>
<b>Saldo</b>	<b>CHF</b>	<b>+284'145</b>

Folgende auswärtige Betriebe haben die Tourismusförderungstaxe freiwillig bezahlt:

- Ackermann-Consulting, Bern
- Anton Fercher AG, Visp
- Atelier Ruppen, Turtmann
- Bringhen AG, Visp
- Canon Schweiz AG, Wallisellen
- Getaz Romang AG, Visp
- Grande Dixence SA, Sion
- Krummenacher AG, Naters
- Lauber IWISA, Naters
- Mengis Druck und Verlag, Visp
- Möbel Siz, Visp
- OCOM AG, Brig
- Schneller, Ritz & Partner AG, Brig
- Valmedia AG, Visp
- Werner Fercher AG, Lalden
- Werner Isolierwerk AG, Visp

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

### Kurtaxen Hotellerie

Die Destination erzielte im Winter ein kleines Plus von 1'011 Logiernächten. Die Raiffeisenaktion vom Vorjahr generierte im Sommer 2012 31'867 Logiernächte. Die durch diese Aktionen hervorgegangenen zusätzlichen Logiernächte konnten heuer nicht kompensiert werden. Es resultierte ein Minus von -7'745 Logiernächten.

### Kurtaxen Parahotellerie

Durch die ständige Kontrolle der Inventare in der Destination bezahlen immer mehr Zweitwohnungsbesitzer die Jahrespauschale. Hier konnten wir 5'220 Logiernächte mehr verzeichnen. Bei den Massenlagern wurde unter anderem durch die Wiedereröffnung der Domhütte mehr Logiernächte verbucht, 3'615 Logiernächte.

### Budget 2014

Das Budget 2014 erhöht sich durch die Kurtaxenanpassung (CHF 2.50) auf CHF 7.7 Millionen. Der Grossteil der Mehreinnahmen fliesst zur Einwohnergemeinde Zermatt (CHF 0.7 Millionen). Die restlichen Budgetposten wurden den aktuellen Gegebenheiten angepasst. Der budgetierte Verlust beträgt CHF -38'000.

## BILANZ 2013.

	per 01. November 2012		per 31. Oktober 2013	
	Aktiven	Passiven	Aktiven	Passiven
<b>AKTIVEN</b>				
Kassa	9'497.00		11'979.00	
Postkonto	66'020.52		26'785.66	
UBS AG	89'733.22		80'472.23	
WKB (Direktreservation)	257'609.25		298'825.22	
Credit Suisse	78'700.00		17'100.00	
Raiffeisenbank	150'640.82		100'868.58	
Wertschriftendepot	26'022.00		23'008.00	
Debitoren Allgemein	100'317.71		207'066.73	
Debitoren Kurtaxen	433'041.25		446'395.65	
Debitoren Tourismusförderungstaxe	41'614.10		93'540.65	
Debitoren Direktreservation	64'967.59		45'838.20	
Debitoren Kreditkarten	108'172.80		86'011.80	
Transitorische Aktiven	3'293.60		6'167.60	
Verkaufsmaterial	16'000.00		21'000.00	
Stiftung Alpines Museum	1.00		1.00	
Pavillon Eisbahn	1.00		1.00	
Neues Verkehrsbüro	712'757.06		688'650.97	
Finanzanlagen «Golf Mischabel AG»	1.00		1.00	
<b>PASSIVEN</b>				
Kreditoren Allgemein		265'590.88		249'237.19
Kreditor MwSt		15'409.78		7'855.92
Kreditoren Direktreservation		646'959.40		708'577.16
Transitorische Passiven		660'184.70		536'235.56
Rückstellungen Allgemein		72'000.00		72'000.00
Rückstellungen Event-Fonds		78'700.00		17'100.00
Rückstellungen MwSt		40'000.00		40'000.00
Rückst. 150 Jahre Erstbesteig. Matterhorn		300'000.00		450'000.00
Sitzbänke Zermatt		16'432.16		8'948.13
Eigenkapital		63'113.00		63'113.00
Gewinn 2013				646.33
<b>Total Bilanz</b>	<b>2'158'389.92</b>	<b>2'158'389.92</b>	<b>2'153'713.29</b>	<b>2'153'713.29</b>

## ERFOLGSRECHNUNG 2013.

	2013 Abschluss	in %	2013 Budget	in %	Diff. zu Budget 13	2014 Budget	in %
<b>AUFWAND</b>							
<b>Personal Aufwand</b>							
Gehälter	1'993'014.50		1'990'000.00		3'014.50	2'100'000.00	
Sozialleistungen	374'584.35		370'000.00		4'584.35	390'000.00	
Schulung/Rekrut. Personal	10'772.30		10'000.00		772.30	10'000.00	
	<b>2'378'371.15</b>	<b>35.04</b>	<b>2'370'000.00</b>	<b>34.86</b>	<b>8'371.15</b>	<b>2'500'000.00</b>	<b>32.47</b>
<b>Allgemeiner Aufwand</b>							
Verwaltung und Sitzungen	5'300.00		10'000.00		-4'700.00	7'000.00	
Büromaterial	15'655.75		16'000.00		-344.25	14'000.00	
Infrastruktur Geräte	20'157.64		19'000.00		1'157.64	19'000.00	
Infrastruktur Immob/Mob	25'643.39		18'000.00		7'643.39	21'000.00	
Kommunikation	36'940.98		35'000.00		1'940.98	33'000.00	
Die Post	43'567.68		50'000.00		-6'432.32	50'000.00	
Mieten	283'525.66		280'000.00		3'525.66	285'000.00	
Energie/Wasser/Reinigung	16'310.08		19'000.00		-2'689.92	17'000.00	
Zinsen/Spesen	917.60		1'000.00		-82.40	1'000.00	
Versicherungen	10'709.85		10'000.00		709.85	11'000.00	
Kurtaxenkontrolle	3'500.00		5'000.00		-1'500.00	5'000.00	
Verschiedenes	23'721.23		15'000.00		8'721.23	27'000.00	
	<b>485'949.86</b>	<b>7.16</b>	<b>478'000.00</b>	<b>7.03</b>	<b>7'949.86</b>	<b>490'000.00</b>	<b>6.36</b>
<b>Informations Technologie Management (IT)</b>							
Deskline	59'638.00		60'000.00		-362.00	60'000.00	
Internet	9'223.49		10'000.00		-776.51	10'000.00	
IT-Software	13'588.15		15'000.00		-1'411.85	15'000.00	
IT-Hardware	32'300.04		30'000.00		2'300.04	30'000.00	
Verbrauch	5'379.52		6'000.00		-620.48	6'000.00	
IT Operation Service	40'549.52		42'000.00		-1'450.48	42'000.00	
	<b>160'678.72</b>	<b>2.37</b>	<b>163'000.00</b>	<b>2.40</b>	<b>-2'321.28</b>	<b>163'000.00</b>	<b>2.12</b>
<b>Beiträge</b>							
Dienstleistungszentrum Randa	24'000.00		24'000.00		0.00	24'000.00	
Dienstleist. Gemeinde Randa	10'000.00		10'000.00		0.00	10'000.00	
Dienstleist. Gemeinde Täsch	40'000.00		40'000.00		0.00	40'000.00	
Dienstleist. Gemeinde Zermatt	709'500.00		710'000.00		-500.00	710'000.00	
Strategie 2018 Gem. Zermatt	0.00		0.00		0.00	740'000.00	
Langlauf Täsch-Randa	20'000.00		20'000.00		0.00	20'000.00	
Tele-Info Zermatt	21'000.00		21'000.00		0.00	21'000.00	
Wolli-Park	20'000.00		20'000.00		0.00	20'000.00	
	<b>844'500.00</b>	<b>12.44</b>	<b>845'000.00</b>	<b>12.43</b>	<b>-500.00</b>	<b>1'585'000.00</b>	<b>20.58</b>
<b>Subtotal</b>	<b>3'869'499.73</b>		<b>3'856'000.00</b>		<b>13'499.73</b>	<b>4'738'000.00</b>	

## ERFOLGSRECHNUNG 2013.

	2013 Abschluss	in %	2013 Budget	in %	Diff. zu Budget 13	2014 Budget	in %
<b>AUFWAND</b>							
<b>Marketing</b>							
Marktbearbeitung	297'504.14		269'000.00		28'504.14	150'000.00	
Projekt Buchungssystem	187'229.49		200'000.00		- 12'770.51	50'000.00	
Verkaufsförderung-Plattformen	57'997.31		50'000.00		7'997.31	50'000.00	
Studienreisen	113'753.23		75'000.00		38'753.23	75'000.00	
Stammgäste Marketing	64'026.45		65'000.00		- 973.55	65'000.00	
Werbung	886'102.96		892'000.00		- 5'897.04	1'177'000.00	
Destinationsmarketing <i>(Runder Tisch)</i>	- 661'769.65						
<i>Zermatt Bergbahnen AG</i>	543'211.65						
<i>Matterhorn Gotthard Bahn und Gornergrat Bahn</i>	68'558.00						
<i>Hotelier Verein Zermatt</i>	50'000.00						
Aufbau Werbung Langlaufloipe	19'547.96		20'000.00		- 452.04	0.00	
Content & Medien	261'908.64		283'000.00		- 21'091.36	300'000.00	
Foto und Filmdienst	17'466.93		45'000.00		- 27'533.07	45'000.00	
Prospekte	459'236.12		470'000.00		- 10'763.88	300'000.00	
Marktforschung	15'868.48		0.00		15'868.48	0.00	
e-Marketing	0.00		0.00		0.00	200'000.00	
Partnermarketing	130'382.31		140'000.00		- 9'617.69	140'000.00	
Beiträge tour. Institutionen	18'248.00		26'000.00		- 7'752.00	26'000.00	
Wallis Tourismus/ Beherbergungstaxe	52'879.00		80'000.00		- 27'121.00	0.00	
Wallis Promotion	0.00		0.00		0.00	20'000.00	
Schweiz Tourismus							
Mailinghouse	2'773.20		10'000.00		- 7'226.80	10'000.00	
Verschiedenes	41'988.74		30'000.00		11'988.74	55'000.00	
	<b>2'626'912.96</b>	<b>38.70</b>	<b>2'655'000.00</b>	<b>39.06</b>	<b>- 28'087.04</b>	<b>2'663'000.00</b>	<b>34.58</b>
<b>Events</b>							
Winter	16'657.08		14'000.00		2'657.08	18'000.00	
Sommer	46'690.69		50'000.00		- 3'309.31	54'000.00	
Konzerte	26'483.33		25'000.00		1'483.33	25'000.00	
Zermatt Festival	50'000.00		50'000.00		0.00	50'000.00	
Geissenkehr	12'456.16		15'000.00		- 2'543.84	13'000.00	
1. August Feier	24'358.85		24'000.00		358.85	24'000.00	
Event-Fonds	50'000.00		50'000.00		0.00	50'000.00	
Beiträge an Vereine	28'000.00		28'000.00		0.00	28'000.00	
Swiss-O-Week	5'916.40		6'000.00		- 83.60	12'000.00	
	<b>260'562.51</b>	<b>3.84</b>	<b>262'000.00</b>	<b>3.85</b>	<b>- 1'437.49</b>	<b>274'000.00</b>	<b>3.56</b>
<b>Debitorenverlust</b>	<b>5'618.70</b>	<b>0.08</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>5'618.70</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>
<b>Abschreib. Schalterhalle</b>	<b>25'000.00</b>	<b>0.37</b>	<b>25'000.00</b>	<b>0.37</b>	<b>0.00</b>	<b>25'000.00</b>	<b>0.32</b>
<b>Ausserord. Aufwand</b>	<b>0.00</b>		<b>0.00</b>			<b>0.00</b>	
<b>Total Aufwand</b>	<b>6'787'593.90</b>	<b>100</b>	<b>6'798'000.00</b>	<b>100</b>	<b>- 10'406.10</b>	<b>7'700'000.00</b>	<b>100</b>

## ERFOLGSRECHNUNG 2013.

	2013 Abschluss	in %	2013 Budget	in %	Diff. zu Budget 13	2014 Budget	in %
<b>ERTRAG</b>							
<b>Kurtaxen</b>							
Hotellerie	2'608'777.33		2'580'000.00		28'777.33	3'100'000.00	
Ferienwohnungen	885'363.35		900'000.00		- 14'636.65	1'060'000.00	
Jahrespauschalen	225'796.54		220'000.00		5'796.54	350'000.00	
Camping, Massenlager	107'245.45		100'000.00		7'245.45	230'000.00	
	<b>3'827'182.67</b>	<b>56.38</b>	<b>3'800'000.00</b>	<b>55.89</b>	<b>27'182.67</b>	<b>4'740'000.00</b>	<b>61.86</b>
<b>Tourismusförderungstaxe</b>	<b>2'307'955.48</b>	<b>34.00</b>	<b>2'335'000.00</b>	<b>34.34</b>	<b>- 27'044.52</b>	<b>2'300'000.00</b>	<b>30.02</b>
<b>Mitgliederbeitrag</b>	<b>57'850.00</b>	<b>0.85</b>	<b>58'000.00</b>	<b>0.85</b>	<b>- 150.00</b>	<b>58'000.00</b>	<b>0.76</b>
<b>Beitrag Gemeinde Zermatt</b>	<b>100'000.00</b>	<b>1.47</b>	<b>100'000.00</b>	<b>1.47</b>	<b>0.00</b>	<b>100'000.00</b>	<b>1.31</b>
<b>Direktreservation</b>	<b>270'940.10</b>	<b>3.99</b>	<b>320'000.00</b>	<b>4.71</b>	<b>- 49'059.90</b>	<b>250'000.00</b>	<b>3.26</b>
<b>Sponsoring Einnahmen</b>	<b>166'429.29</b>	<b>2.45</b>	<b>136'000.00</b>	<b>2.00</b>	<b>30'429.29</b>	<b>154'000.00</b>	<b>2.01</b>
<b>Merchandising</b>	<b>31'977.75</b>	<b>0.47</b>	<b>50'000.00</b>	<b>0.74</b>	<b>- 18'022.25</b>	<b>50'000.00</b>	<b>0.65</b>
<b>Ausserordentlicher Ertrag</b>	<b>25'904.94</b>	<b>0.38</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>25'904.94</b>	<b>10'000.00</b>	<b>0.13</b>
<b>Total Ertrag</b>	<b>6'788'240.23</b>	<b>100</b>	<b>6'799'000.00</b>	<b>100</b>	<b>- 10'759.77</b>	<b>7'662'000.00</b>	<b>100</b>

	2013 Abschluss	in %	2013 Budget	in %	Diff. zu Budget 13	2014 Budget	in %
<b>REKAPITULATION</b>							
<b>Total Ertrag</b>	<b>6'788'240.23</b>		<b>6'799'000.00</b>		<b>- 10'759.77</b>	<b>7'662'000.00</b>	
<b>Total Aufwand</b>	<b>6'787'593.90</b>		<b>6'798'000.00</b>		<b>- 10'406.10</b>	<b>7'700'000.00</b>	
<b>Erfolg nach Einlage in Event-Fonds</b>	<b>646.33</b>		<b>1'000.00</b>		<b>- 353.67</b>	<b>- 38'000.00</b>	

## ERFOLGSRECHNUNG 2013.

	geplant	zugesagt	Budget
<b>ZUSATZBUDGET 150 MH</b>			
Webseite		25'000	25'000
Marktbearbeitung		100'000	100'000
Studienreisen		25'000	25'000
Sponsorenprojekte		50'000	50'000
Projekte		50'000	50'000
Kommunikation	300'000		300'000
<b>Total Aufwand 150 MH</b>	<b>300'000</b>	<b>250'000</b>	<b>550'000</b>
Auflösungen Rückstellungen 150 MH		250'000	250'000
Beitrag 150 MH / Sponsoring	200'000		200'000
Beiträge LT	100'000		100'000
<b>Total Ertrag 150 MH</b>	<b>300'000</b>	<b>250'000</b>	<b>550'000</b>

	geplant	zugesagt	Budget
<b>REKAPITULATION ZUSATZBUDGET 150 MH</b>			
<b>Total Ertrag</b>	<b>300'000</b>	<b>250'000</b>	<b>550'000</b>
<b>Total Aufwand</b>	<b>300'000</b>	<b>250'000</b>	<b>550'000</b>
<b>Erfolg</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Das Budget für die Jubiläumsfeier «150 Jahre Matterhorn Erstbesteigung» wird separat geführt und die einzelnen Massnahmen nur ausgeführt, wenn die entsprechenden Mittel zur Verfügung stehen.

# **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 2013 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, 29. Dezember 2013

**TREUHAND EGGEN & CO**



Karl Eggen, lic.rer.pol.  
zugelassener Revisor

## 8. ECKDATEN UND STATISTIKEN.

### INVENTARISIERUNG ALLER WOHNUNGEN UND BETTEN.

Zermatt, Täsch und Randa

Stand 31.10.2013

	Zermatt	%	Täsch	%	Randa	%
<b>WOHNUNGEN</b>						
<b>Einheimische</b>						
Eigenbedarf	1'210	17.96	293	32.56	150	43.86
Miete Einheimische	2'754	40.87	278	30.89	89	26.02
<b>Total Einheimische</b>	<b>3'964</b>	<b>58.83</b>	<b>571</b>	<b>63.44</b>	<b>239</b>	<b>69.88</b>
<b>Parahotellerie</b>						
<b>Einheimische Gästevermietung</b>	<b>1'200</b>	<b>17.81</b>	<b>143</b>	<b>15.89</b>	<b>38</b>	<b>11.11</b>
<b>Zweitwohnungsbesitzer</b>						
Gästevermietung	492	7.30	92	10.22	11	3.22
Eigenbedarf	1'082	16.06	94	10.44	54	15.79
<b>Total Zweitwohnungen</b>	<b>1'574</b>	<b>23.36</b>	<b>186</b>	<b>20.67</b>	<b>65</b>	<b>19.01</b>
<b>Total Parahotellerie</b>	<b>2'774</b>	<b>41.17</b>	<b>329</b>	<b>36.56</b>	<b>103</b>	<b>30.12</b>
<b>Total Wohnungen *</b>	<b>6'738</b>	<b>100</b>	<b>900</b>	<b>100</b>	<b>342</b>	<b>100</b>

\* ohne Neubauten 2012

	Zermatt	%	Täsch	%	Randa	%
<b>BETTEN</b>						
<b>Betten in Wohnungen (Einheimische)</b>						
Eigenbedarf	4'356	14.55	982	26.39	594	36.33
Miete Einheimische	7'126	23.81	796	21.39	291	17.80
<b>Total Einheimische</b>	<b>11'482</b>	<b>38.36</b>	<b>1'778</b>	<b>47.78</b>	<b>885</b>	<b>54.13</b>
<b>Parahotellerie</b>						
<b>Einheimische Gästevermietung</b>	<b>4'364</b>	<b>14.58</b>	<b>366</b>	<b>9.84</b>	<b>132</b>	<b>8.07</b>
<b>Zweitwohnungsbesitzer</b>						
Gästevermietung	1'939	6.48	341	9.16	36	2.20
Eigenbedarf	3'905	13.05	314	8.44	201	12.29
<b>Total Zweitwohnungen</b>	<b>5'844</b>	<b>19.52</b>	<b>655</b>	<b>17.60</b>	<b>237</b>	<b>14.50</b>
<b>Total Betten in Wohnungen</b>	<b>21'690</b>	<b>72.46</b>	<b>2'799</b>	<b>75.22</b>	<b>1'254</b>	<b>76.70</b>
<b>Massenlager</b>	<b>1'139</b>	<b>3.81</b>	<b>115</b>	<b>3.09</b>	<b>327</b>	<b>20.00</b>
<b>Hotellerie</b>	<b>7'103</b>	<b>23.73</b>	<b>807</b>	<b>21.69</b>	<b>54</b>	<b>3.30</b>
<b>Total Betten</b>	<b>29'932</b>	<b>100</b>	<b>3'721</b>	<b>100</b>	<b>1'635</b>	<b>100</b>

# LOGIERNÄCHTE NACH LÄNDERN PRO JAHR.

Hotellerie und Parahotellerie in der Destination Zermatt

	Zermatt 2013	Täsch 2013	Randa 2013	Total 2013	Rang	Total 2012	Rang	Veränd. absolut	Veränd. in %	MA* in %
* Marktanteil										
<b>LÄNDER NACH KONTINENTEN</b>										
Schweiz	760'080	26'609	3'406	<b>790'095</b>		806'509		-16'414	-2.04	39.73
Total Europa (ohne CH)	618'727	50'234	9'678	<b>678'639</b>		687'136		-8'497	-1.24	34.13
Total Asien	162'733	2'633	424	<b>165'790</b>		159'601		6'189	3.88	8.34
Total Amerika	101'815	4'621	826	<b>107'262</b>		96'306		10'956	11.38	5.39
Total Australien	21'310	320	143	<b>21'773</b>		18'129		3'644	20.10	1.09
Total Afrika	4'650	151	34	<b>4'835</b>		4'703		132	2.81	0.24
Nicht in der Länderstatistik enthaltene Logiernächte:										
Massenlager & Camping	68'830	17'207	20'053	<b>106'090</b>		102'475		3'615	3.53	5.33
Jahrespauschalen	102'120	8'670	3'330	<b>114'120</b>		108'900		5'220	4.79	5.74
<b>Total Logiernächte</b>	<b>1'840'265</b>	<b>110'445</b>	<b>37'894</b>	<b>1'988'604</b>		<b>1'983'759</b>		<b>4'845</b>	<b>0.24</b>	<b>100</b>

## TOP 20 NATIONEN

Schweiz	760'080	26'609	3'406	790'095	<b>1</b>	806'509	1	-16'414	-2.04	39.73
Deutschland	203'656	25'994	4'236	233'886	<b>2</b>	236'409	2	-2'523	-1.07	11.76
Vereinigtes Königreich	138'697	2'306	503	141'506	<b>3</b>	145'649	3	-4'143	-2.84	7.12
Japan	96'281	550	57	96'888	<b>4</b>	99'849	4	-2'961	-2.97	4.87
USA	77'935	2'288	507	80'730	<b>5</b>	73'030	5	7'700	10.54	4.06
Frankreich	53'454	3'467	646	57'567	<b>6</b>	56'650	6	917	1.62	2.89
Russische Föderation	49'805	543	548	50'896	<b>7</b>	47'871	7	3'025	6.32	2.56
Niederlande	26'220	3'273	1'472	30'965	<b>8</b>	33'737	8	-2'772	-8.22	1.56
Schweden	20'799	508	33	21'340	<b>9</b>	17'826	12	3'514	19.71	1.07
Australien (mit Neuseeland)	20'011	276	137	20'424	<b>10</b>	16'678	13	3'746	22.46	1.03
Belgien	16'884	1'656	477	19'017	<b>11</b>	19'726	9	-709	-3.59	0.96
Italien	15'166	1'117	282	16'565	<b>12</b>	19'004	11	-2'439	-12.83	0.83
Norwegen	15'870	245	64	16'179	<b>13</b>	15'753	14	426	2.70	0.81
Spanien	13'155	2'356	397	15'908	<b>14</b>	19'601	10	-3'693	-18.84	0.80
China (ohne Hongkong)	12'188	773	53	13'014	<b>15</b>	9'809	17	3'205	32.67	0.65
Österreich	11'388	1'230	295	12'913	<b>16</b>	13'052	15	-139	-1.06	0.65
Kanada	11'772	415	76	12'263	<b>17</b>	12'331	16	-68	-0.55	0.62
Taiwan	9'302	126	2	9'430	<b>18</b>	7'705	19	1'725	22.39	0.47
Thailand	8'681	162	12	8'855	<b>19</b>	7'601	21	1'254	16.50	0.45
Brasilien	7'954	262	6	8'222	<b>20</b>	7'615	20	607	7.97	0.41

## LOGIERNÄCHTE NACH UNTERKUNFTSART

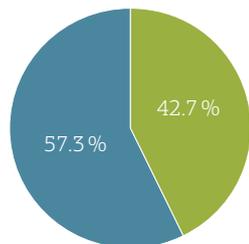
Total Hotellerie	1'248'837	71'394	7'755	1'327'986		1'334'720		-6'734	-0.50	66.78
Total Ferienwohnungen	420'478	13'174	6'756	440'408		437'664		2'744	0.63	22.15
Massenlager & Camping	68'830	17'207	20'053	106'090		102'475		3'615	3.53	5.33
Jahrespauschalen	102'120	8'670	3'330	114'120		108'900		5'220	4.79	5.74
<b>Total</b>	<b>1'840'265</b>	<b>110'445</b>	<b>37'894</b>	<b>1'988'604</b>		<b>1'983'759</b>		<b>4'845</b>	<b>0.24</b>	<b>100</b>

# LOGIERNÄCHTE HOTELLERIE & PARAHOTELLERIE.

Winter / Sommer 2013

## Total Destination Zermatt

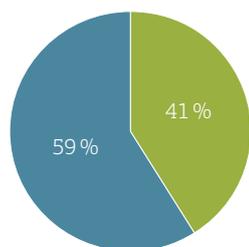
■ Winter ■ Sommer



	Winter	Sommer	Total
Zermatt	1'086'372	753'893	1'840'265
Täsch	41'550	68'895	110'445
Randa	12'428	25'466	37'894
<b>Total</b>	<b>1'140'350</b>	<b>848'254</b>	<b>1'988'604</b>

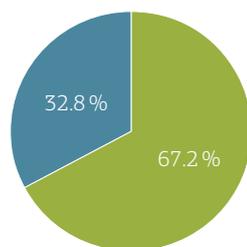
## Zermatt

■ Winter ■ Sommer



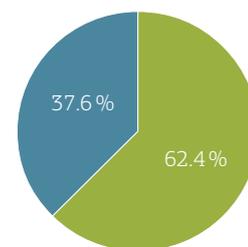
## Täsch

■ Winter ■ Sommer



## Randa

■ Winter ■ Sommer

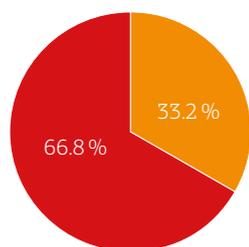


# LOGIERNÄCHTE HOTELLERIE & PARAHOTELLERIE.

Jahr 2013

## Total Destination Zermatt

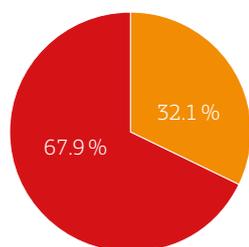
■ Hotellerie ■ Parahotellerie



	Hotellerie	Parahotellerie	Total
Zermatt	1'248'837	591'428	1'840'265
Täsch	71'394	39'051	110'445
Randa	7'755	30'139	37'894
<b>Total</b>	<b>1'327'986</b>	<b>660'618</b>	<b>1'988'604</b>

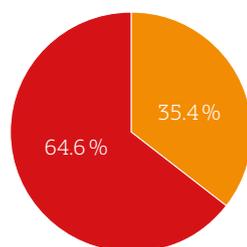
## Zermatt

■ Hotellerie ■ Parahotellerie



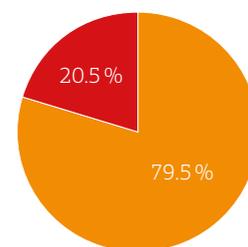
## Täsch

■ Hotellerie ■ Parahotellerie



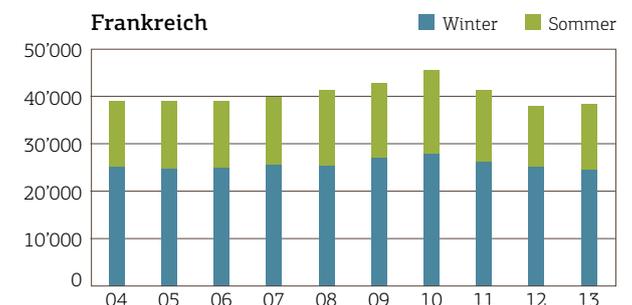
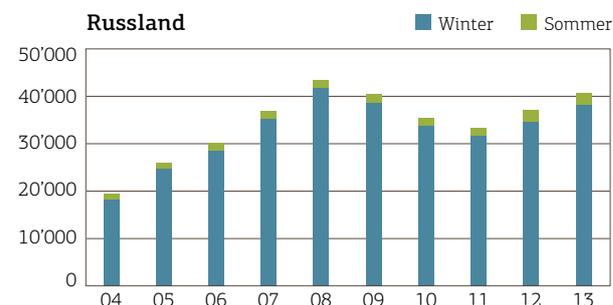
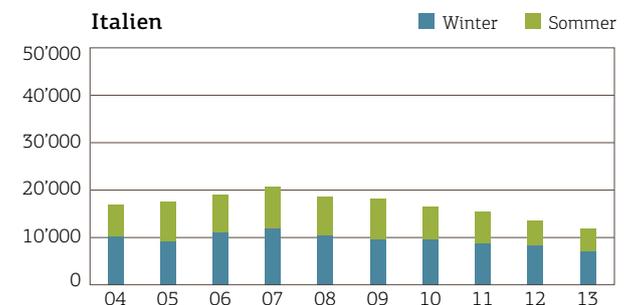
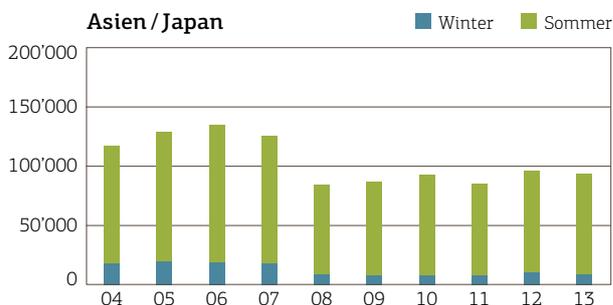
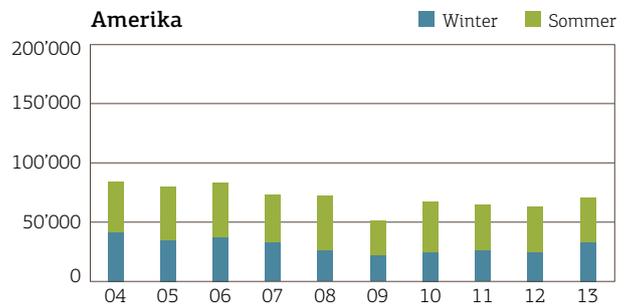
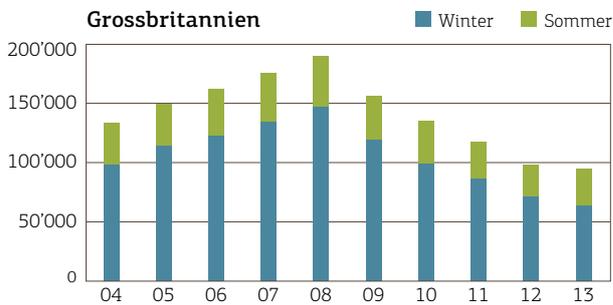
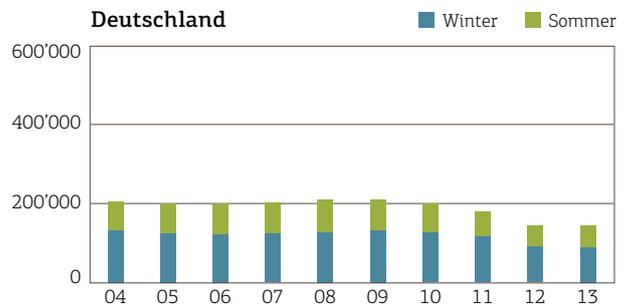
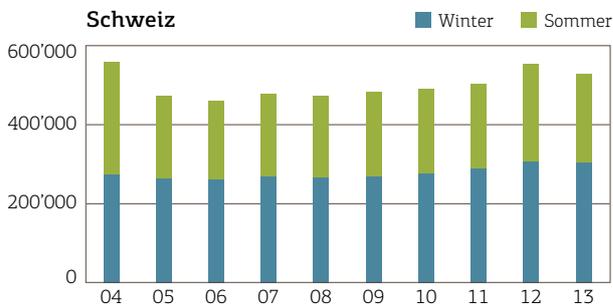
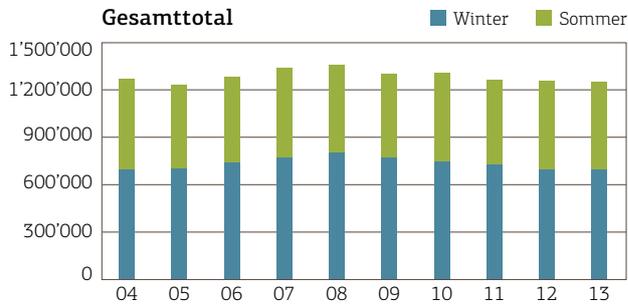
## Randa

■ Hotellerie ■ Parahotellerie



# HOTELLERIE NACH DEN WICHTIGSTEN MÄRKTEN.

Zermatt



## LOGIERNÄCHTE NACH TOP 10 NATIONEN.

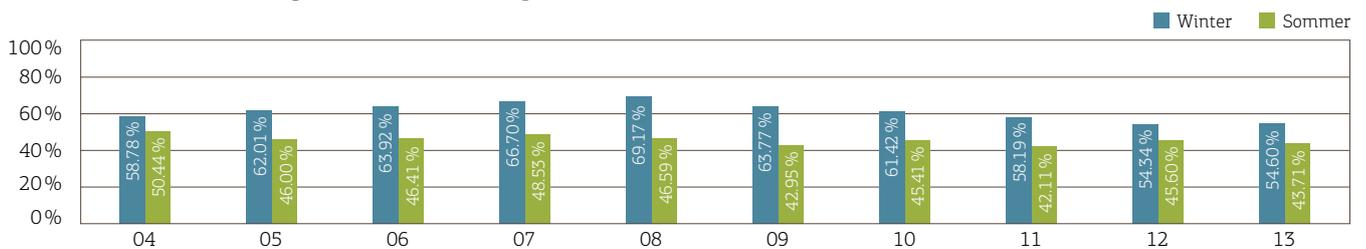
	Hotel 2013	Para 2013	Total 2013	Rang	Total 2012	Veränd. absolut	Veränd. in %	MA* in %
<b>TOP 10 (NATIONEN)</b>								
* Marktanteil								
<b>Zermatt</b>								
Schweiz	526'831	233'249	<b>760'080</b>	<b>1</b>	777'237	-17'157	-2.21	41.30
Deutschland	143'712	59'944	<b>203'656</b>	<b>2</b>	204'947	-1'291	-0.63	11.07
Vereinigtes Königreich	95'156	43'541	<b>138'697</b>	<b>3</b>	142'202	-3'505	-2.46	7.54
Japan	93'213	3'068	<b>96'281</b>	<b>4</b>	99'507	-3'226	-3.24	5.23
USA	70'848	7'087	<b>77'935</b>	<b>5</b>	69'246	8'689	12.55	4.23
Frankreich	38'460	14'994	<b>53'454</b>	<b>6</b>	53'038	416	0.78	2.90
Russische Föderation	40'628	9'177	<b>49'805</b>	<b>7</b>	47'007	2'798	5.95	2.71
Niederlande	18'209	8'011	<b>26'220</b>	<b>8</b>	29'252	-3'032	-10.37	1.42
Schweden	17'092	3'707	<b>20'799</b>	<b>9</b>	17'589	3'210	18.25	1.13
Australien (mit Neuseeland)	17'102	2'909	<b>20'011</b>	<b>10</b>	16'187	3'824	23.62	1.09
<b>Täsch</b>								
Schweiz	24'240	2'369	<b>26'609</b>	<b>1</b>	28'630	-2'021	-7.06	24.09
Deutschland	18'043	7'951	<b>25'994</b>	<b>2</b>	37'094	-11'100	-29.92	23.54
Frankreich	3'170	297	<b>3'467</b>	<b>3</b>	3'414	53	1.55	3.14
Niederlande	2'485	788	<b>3'273</b>	<b>4</b>	4'118	-845	-20.52	2.96
Spanien	2'241	115	<b>2'356</b>	<b>5</b>	3'308	-952	-28.78	2.13
Vereinigtes Königreich	2'109	197	<b>2'306</b>	<b>6</b>	2'825	-519	-18.37	2.09
USA	2'255	33	<b>2'288</b>	<b>7</b>	3'085	-797	-25.83	2.07
Dänemark	1'666	51	<b>1'717</b>	<b>8</b>	143	1'574	1'100.70	1.55
Belgien	1'352	304	<b>1'656</b>	<b>9</b>	2'031	-375	-18.46	1.50
Polen	1'363	117	<b>1'480</b>	<b>10</b>	3'449	-1'969	-57.09	1.34
<b>Randa</b>								
Deutschland	1'319	2'917	<b>4'236</b>	<b>1</b>	4'852	-616	-12.70	11.18
Schweiz	2'007	1'399	<b>3'406</b>	<b>2</b>	3'059	347	11.34	8.99
Niederlande	330	1'142	<b>1'472</b>	<b>3</b>	1'079	393	36.42	3.88
Frankreich	515	131	<b>646</b>	<b>4</b>	705	-59	-8.37	1.70
Russland	513	35	<b>548</b>	<b>5</b>	361	187	51.80	1.45
USA	479	28	<b>507</b>	<b>7</b>	367	140	38.15	1.34
Vereinigtes Königreich	463	40	<b>503</b>	<b>9</b>	171	332	194.15	1.33
Belgien	159	318	<b>477</b>	<b>6</b>	568	-91	-16.02	1.26
Spanien	313	84	<b>397</b>	<b>8</b>	217	180	82.95	1.05
Österreich	222	73	<b>295</b>	<b>10</b>	252	43	17.06	0.78

# BETTENBELEGUNG HOTELLERIE.

Zermatt

	Winter 2012/13	Sommer 2013	Jahr 2013
Anzahl Logiernächte	698'298	559'306	1'257'604
Vorhandene Betten	7'066	6'955	7'011
Anz. Logiernächte pro Bett	99	80	179
Auslastung in %	54.60 %	43.71 %	49.15 %
Verfügbare Betten	5'828	5'164	5'496
Anz. Logiernächte pro Bett	120	108	228
Auslastung in %	66.19 %	58.86 %	62.72 %

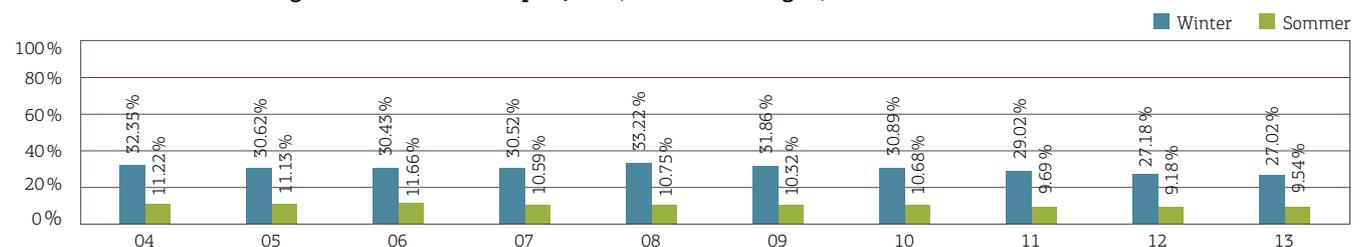
Zermatt: Auslastung vorhandene Betten pro Jahr (Hotellerie)



Zermatt: Auslastung verfügbare Betten pro Jahr (Hotellerie)

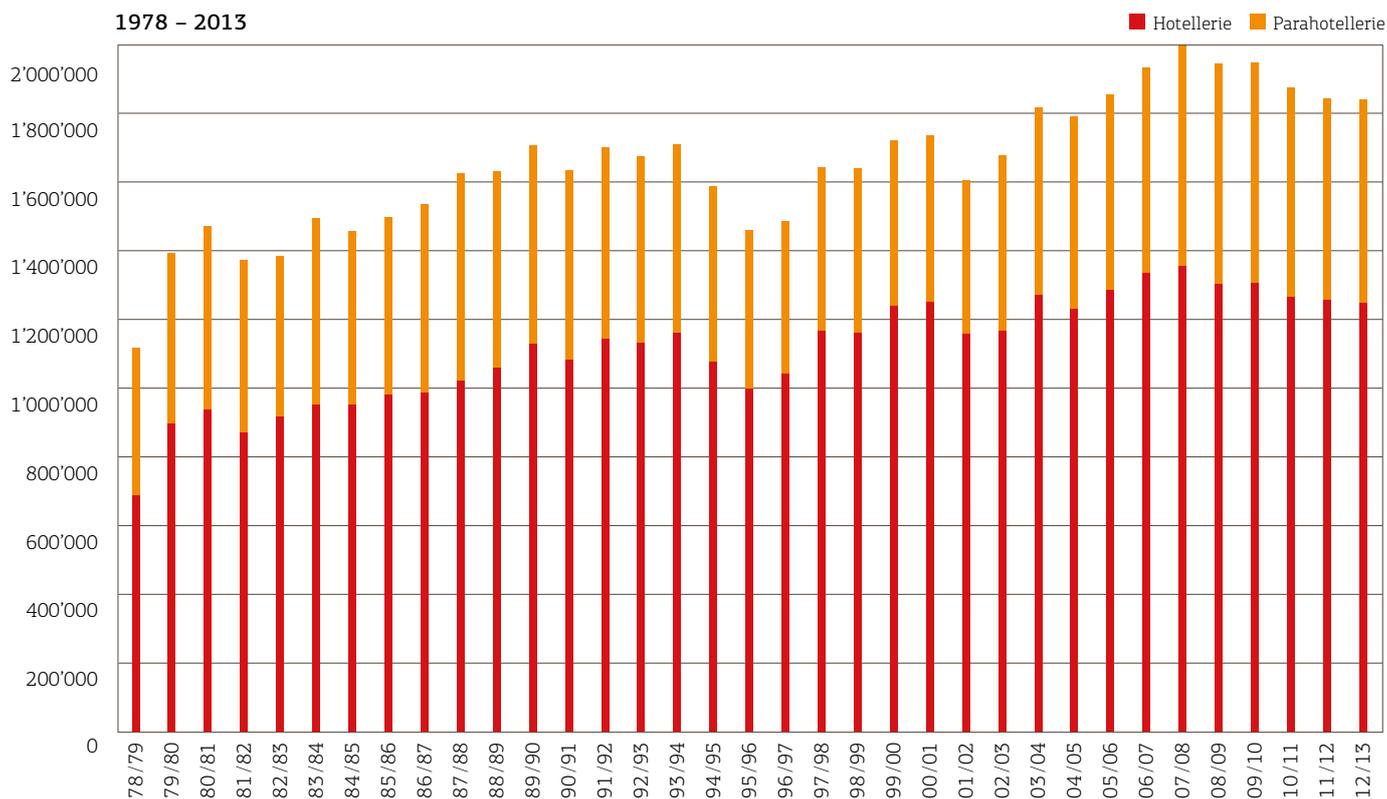
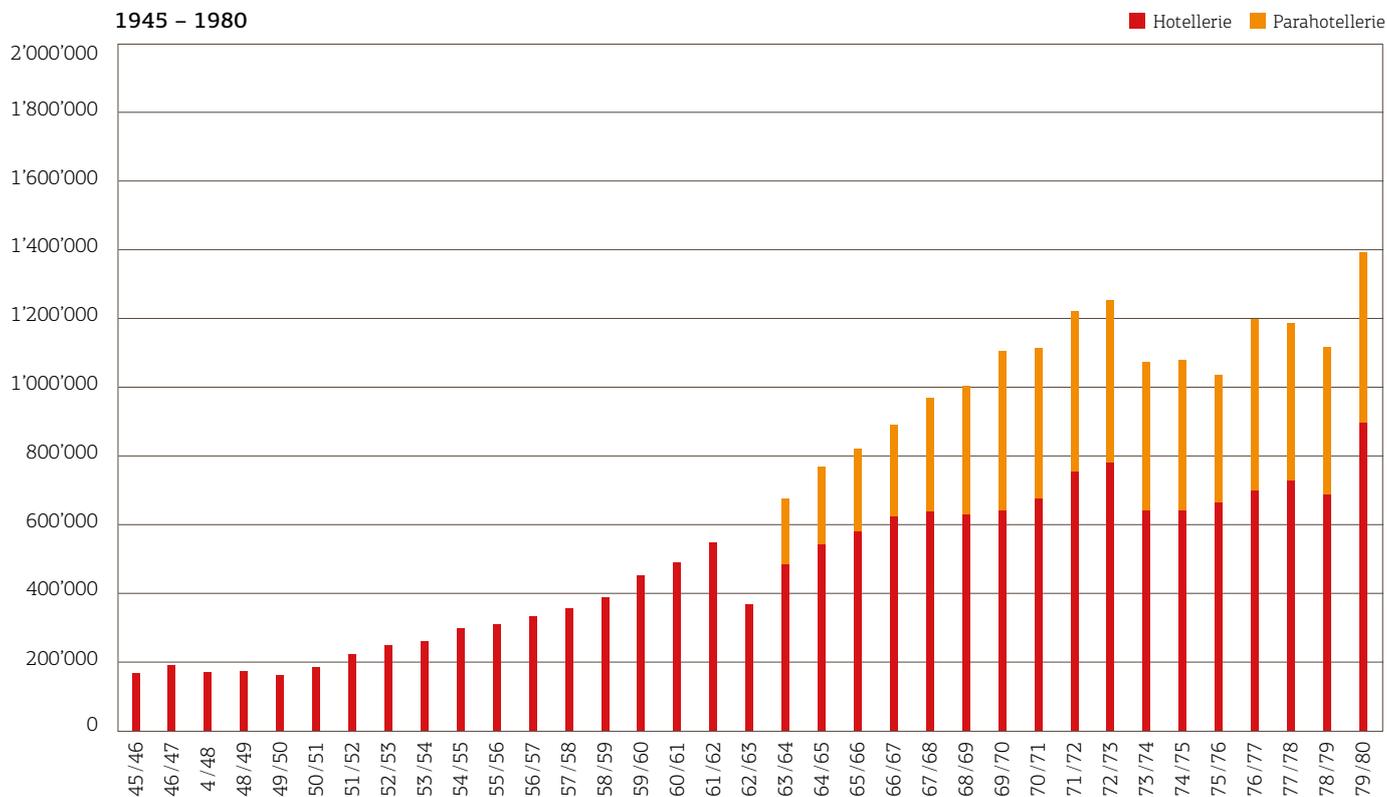


Zermatt: Auslastung vorhandene Betten pro Jahr (Ferienwohnungen)

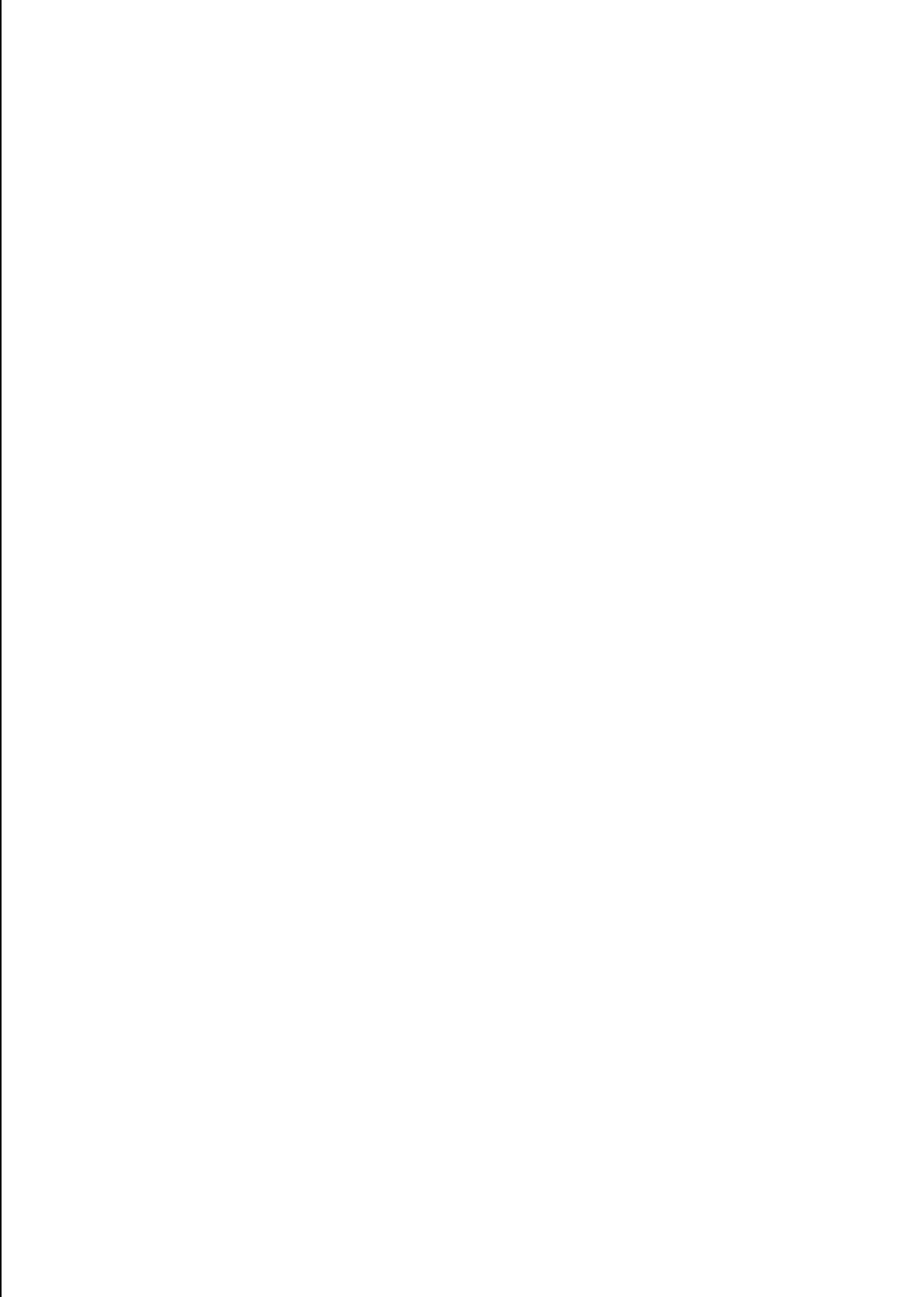


# ENTWICKLUNG LOGIERNÄCHTE HOTELLERIE UND PARAHOTELLERIE.

Zermatt



Die Mitglieder finden Sie unter: [www.ztnet.ch/mitglieder](http://www.ztnet.ch/mitglieder)



# «ES GIBT ORTE, DIE SIND EINZIGARTIG.»

SPOT  
ANSEHEN



*Zermatt. No matter what*

