

\* jahresbericht 2012.  
zermatt. täsch. randa.



[www.zermatt.ch](http://www.zermatt.ch)

member of: *Best of the Alps*

# Jahresbericht 2012

1. Grusswort des Präsidenten	2
2. Organisation von Zermatt Tourismus	3
3. Vorstandsarbeiten und Direktion	6
4. Marketing	7
5. Gäste-Servicecenter	13
6. Gästeanimation	15
7. Finanzen	16
8. Eckdaten und Statistiken	22



## 1. Grusswort des Präsidenten



Hans-Jörg Walther  
Präsident Zermatt Tourismus

Sehr geehrte Mitglieder von Zermatt Tourismus

Die allgemeine Wirtschaftslage ist nicht vergleichbar mit den «fetten Jahren» bis ca. 2010. Seit dieser Zeit wird der Schweizer Tourismus regelrecht sabotiert. Die Währungsverluste unserer europäischen Kunden sind sehr schmerzhaft, England ist auch in erheblichen Schwierigkeiten und die Medienberichte über unsere Saubermänner der Bänkerzunft sind nicht wirklich imagefördernd...Die stützende Aktivität der Schweizer Nationalbank ist ein grosser Lichtblick. Ohne diese sähe es sicher noch viel düsterer aus am Tourismushimmel. Dann ist aber schon fertig mit Hilfe aus der Politik...Unser Image im Ausland leidet, und somit auch unsere Verkaufskraft auf den internationalen Märkten. Die Hochpreisinsel Schweiz ist nach wie vor einer unserer grössten Nachteile.

Unser Kerngeschäft, das Skifahren, verliert an Attraktivität. Das führt zu einem harten Verdrängungsmarkt. Viele unserer Mitbewerber versuchen sich mit kurzfristig gedachten Aktionen aus dem Negativstrudel zu murksen (Skipass gratis, Skischule gratis, Vergünstigungen überall etc).

In Zermatt wollen wir einen anderen, langfristig gesunderen Weg, gehen. Wir wollen das beste Angebot haben, und dafür sorgen, dass unsere Dienstleistung ihren Preis wert ist. Wir müssen sowohl im Schnee-, Berg-, Ausflugs- und Dorferlebnis eine lückenlose Dienstleistungskette anbieten, und diese «Zermattlike» verkaufen. Dafür wird vielerorts kräftig investiert und aufgefrischt. Die noch fehlenden Puzzleteile im Ferienort Zermatt sind mittlerweile von der Strategieguppe aufgenommen und angedacht worden. Für deren Realisierung braucht es Mittel, die Zweitwohnungsabgabe und die Erhöhung der Kurtaxe auf das gesetzliche Maximum sind Hebel hierfür.

Zermatt ist sehr international aufgestellt. Die herben Verluste unserer grossen ausländischen Märkte Deutschland und Grossbritannien konnten erfreulich gut abgefedert werden. Skandinavien, Osteuropa und einige boomende Nichteuroländer werden immer stärker zu unseren Zielmärkten, ohne unseren Hauptmarkt, die Schweiz, zu vernachlässigen. Dafür ist unser professionelles Marketing zuständig und erfolgreich unterwegs.

Mit den letzten Zeilen danke ich Ihnen, werte Mitglieder, für das Vertrauen, dem Delegiertenrat und dem Vorstand für die konstruktive Zusammenarbeit und Daniel Luggen mit seinem Team für den unermüdlichen Einsatz zum Wohle unserer Destination.

«Gring ache u sekle!»

Chars saluds



Hans-Jörg Walther, Präsident

## 2. Organisation von Zermatt Tourismus

Delegierte / Name	Titel	Vertreter	Zugehörigkeit	Stand 31.10.2012
Hans-Jörg Walther	Präsident	Hotellerie	Vorstand	
Markus Hasler	Vizepräsident	Bahn – ZBAG	Vorstand	
Anna Kracht-Julen		Hotellerie	Vorstand	
Fernando Clemenz		Burgergemeinde Zermatt	Vorstand	
Fernando Lehner		Bahn – MGB/GGB	Vorstand	
Gerold Biner		Einwohnergemeinde Zermatt	Vorstand	
Paul Summermatter		Randa	Vorstand	
Ted Mate		Gewerbe	Vorstand	
Andreas Biner		Burgergemeinde Zermatt	Delegierte	
Christoph Bürgin		Einwohnergemeinde Zermatt	Delegierte	
Christoph Imboden		Täsch	Delegierte	
Fabienne Götzenberger		Hotellerie	Delegierte	
Hans-Peter Julen		Bahn – ZBAG	Delegierte	
Hans-Rudolf Mooser		Bahn – MGB/GGB	Delegierte	
Heiner Herbst		Täsch	Delegierte	
Josef Schwegler		Gastronomie	Delegierte	
Leo Julen		freies Aktivmitglied	Delegierte	
Manfred Julen		Gewerbe	Delegierte	
Mario Fuchs		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

Stand 31.10.2012

Direktion

Marketing



**Daniel Luggen**  
Kurdirektor



**Sabrina Crettaz**  
Direktionsassistentin



**Peter Kronig**  
Project Manager



**Viktoria Cristiano**  
Quality Manager



**Marc Scheurer**  
Leiter Marketing



**Janine Imesch**  
Sales & Product  
Manager



**Pascal Gebert**  
Sales Manager



**Sven Hauser**  
Online Marketing  
Manager



**Edith Zweifel**  
Content & Medien  
Manager



**Urs Geissbühler**  
Product Manager



**Jasmin Scherrer**  
Guest Animation  
Manager



**Patrizia Rieder-Venetz**  
Leiterin Marketing  
Support



**Dominique Mauderli**  
Marketing Support



**Fabienne Schaller**  
Media Management  
Assistentin



**Tanja Hengartner**  
Praktikantin



**Denis Maccagno**  
Auszubildender



**Amadé Perrig**  
Vertretung USA/Kanada



**Ariel Chang**  
Vertretung Greater China

## Wir geben unserer Organisation ein Gesicht

### Zentrale Dienste



**Marc-André Rey**  
Leiter Information &  
Zentrale Dienste



**Doris Aufdenblatten**  
Deskline Support



**Lea Schmid**  
Assistentin  
Zentrale Dienste



**Linda Moser**  
Auszubildende



**Larissa Müller**  
Assistentin  
Gäste-Servicecenter



**Marianna Cristiano**  
Gästeberaterin



**Linda Rebert**  
Gästeberaterin



**Martin  
Neuschwander**  
Gästeberater



**Luzia-Maria Schaller**  
Gästeberaterin



**Sylvie Margelist**  
Gästeberaterin



**Astrid Clarinval**  
Gästeberaterin



**Fabienne Frutiger**  
Gästeberaterin



**Erica Carbone**  
Praktikantin



**Fabienne Brantschen**  
Auszubildende



**Marie-Louise Williner**  
Gästeberaterin Täsch



**Fabienne Ruppen**  
Gästeberaterin Täsch



**Wollli**  
Liebling der Kinder

## 3. Vorstandsarbeiten und Direktion

### Organisation des Vorstandes

Der Vorstand hat sich im laufenden Geschäftsjahr zu sechs ordentlichen Sitzungen getroffen, der Delegiertenrat zu deren zwei. An der Sitzung vom 6. November 2012 wurde Fernando Lehner als Nachfolger von Hans-Rudolf Mooser von den Delegierten in den Vorstand gewählt.

### Reorganisation Geschäftsstelle

Die Abteilungen Gästeservice-Center und Zentrale Dienste wurden auf das Geschäftsjahr hin zu einer Abteilung fusioniert und damit die Geschäftsleitung um ein Mitglied reduziert. Die Umstrukturierung ermöglicht ein effizientes Arbeiten und einen besseren Kundenkontakt.

### Strategie

Die wichtigsten Institutionen Zermatts haben gemeinsam eine neue Destinationsstrategie ausgearbeitet. Hans-Jörg Walther und Daniel Luggen haben in der Runde Zermatt Tourismus vertreten. Die Strategie baut auf dem bestehenden Leitbild 2015 auf und soll im Frühjahr 2013 öffentlich vorgestellt werden.

### Tourismusetz

Der Grosse Rat des Kantons Wallis hat im Tourismusetz Änderungen vorgenommen. Ab 2013 wird die intersektorale Vermarktungsorganisation «Wallis/Valais Promotion» die Vermarktung von Tourismus, Industrie, Gewerbe und Landwirtschaft übernehmen und die Marke «Wallis/Valais» führen. Wallis Tourismus wird es nicht mehr geben. Dank dem Lobbying von Daniel Luggen und weiteren Kurdirektoren wird die neue Organisation komplett vom Staat finanziert, d.h. die bisherigen Abgaben von 2/3 der Tourismusförderungstaxen bleiben in den Destinationen.

### Qualität

Nachdem die Generalversammlung bereits dem Antrag zugestimmt hat, in Zukunft nur noch klassifizierte Hotels in die Kommunikation aufzunehmen, weitet der Vorstand diesen Artikel im Sinne der Qualitätsförderung und –sicherung auch auf die Ferienwohnungen und Skischulen aus. Wo vorhanden, werden in Zukunft nur geprüfte und zertifizierte Leistungsträger in den Kommunikationsmitteln von Zermatt Tourismus aufgenommen.

### Zermatt Insider

Das Projekt hat zum Ziel, die Gastfreundschaft und Servicequalität in der Destination «Zermatt-Matterhorn» spürbar zu erhöhen. Mit einer Informationsbroschüre und einem Badge für Leistungsträger wurde das Projekt lanciert. Der Funke ist im Geschäftsjahr noch nicht wunschgemäss übergesprungen. Gerade in wirtschaftlich schlechteren Zeiten ist es immens wichtig, die sogenannten Sofffaktoren wie Freundlichkeit, Hilfsbereitschaft und Empathie den Gästen gegenüber zu zeigen. Das Projekt wird im Rahmen von «WAGAGUZ»\* weitergeführt. Unter diesem Titel fand auch der zweite Destinationstag statt: die Zermatt Bergbahnen und die Matterhorn Gotthardbahn haben dabei ausführlich über die zukünftigen Projekte informiert und die Teilnehmer konnten im Anschluss die Streckenführung der möglichen Weltcup Skiabfahrt folgen.

### Neues Gästeinformations-Center

Nachdem die Schalterhalle mehr als 20 Jahre ihren Dienst erbracht hat, wurde diese im Frühling 2012 umgebaut. Die neuen Schalter sind heller und die Information auch interaktiv erhältlich. Bei der Planung und Umsetzung wurde darauf geachtet, dass die heutigen und zukünftigen Bedürfnisse unserer Kunden berücksichtigt werden können. Dank der guten Zusammenarbeit der lokalen Bau- und Installationsfirmen mit dem Architekten und dem internen Projektleiter, Peter Kronig, konnte die Umbauzeit und damit der Schalterunterbruch sehr kurz gehalten werden.

### Neues Buchungssystem

Die aus Beherbergern und Vertretern von Zermatt Tourismus bestehende Arbeitsgruppe schlägt dem Vorstand eine Lösung vor, bei der die Verfügbarkeiten der Zimmer auf verschiedenen Systemen zusammengetragen werden können. Die sogenannte «Meta-Search» wird mit einem klassischen Destinationssystem ergänzt und soll im Sommer 2013 eingeführt werden.

### Arbeitsgruppe Strukturen & Finanzen

Kurdirektor Daniel Luggen hat in der Arbeitsgruppe «Strukturen & Finanzen» des Kantons Wallis mitgearbeitet. Diese hat für die Finanzierung von Infrastruktur sowie des touristischen Marketings einen Werkzeugkasten für Gemeinden entwickelt. Die Gesetzesänderungen dürften jedoch nicht vor Herbst 2014 in Kraft treten.

### 150 Jahre Matterhorn

Die Erstbesteigung des Matterhorns jährt sich im 2015 zum 150. Mal. Aus diesem Grund wurde ein Steuerungs-Ausschuss bestehend aus Gemeinde- und Bürgerpräsident sowie dem Kurdirektor gebildet. Das Basiskonzept wurde erarbeitet und die Leistungsträger sind aufgerufen, Projekte und Events für das Jubiläumsjahr einzureichen.

### Matterhorn Museum

Aufgrund der 365-Tage-Strategie hat Zermatt Tourismus für die 4 Wochen Personal gestellt und die technischen Kosten für den Mehraufwand übernommen, so dass das Museum nur noch zwei Wochen pro Jahr wegen Revisionsarbeiten geschlossen wird.

### Preise exklusiv Kurtaxen

Zermatt Tourismus folgt einer Aufforderung des Hoteliervereins Zermatt an seine Mitglieder, in Zukunft die Übernachtungspreise ohne Kurtaxen zu publizieren.

### Zermatt Unplugged

Der Vertrag mit den Organisatoren des Zermatt Unplugged wurde um drei weitere Jahre verlängert. Zermatt Tourismus nutzt das Musikfestival für den Transport der Frühjahrs-Werbung und der generellen Imagebildung.

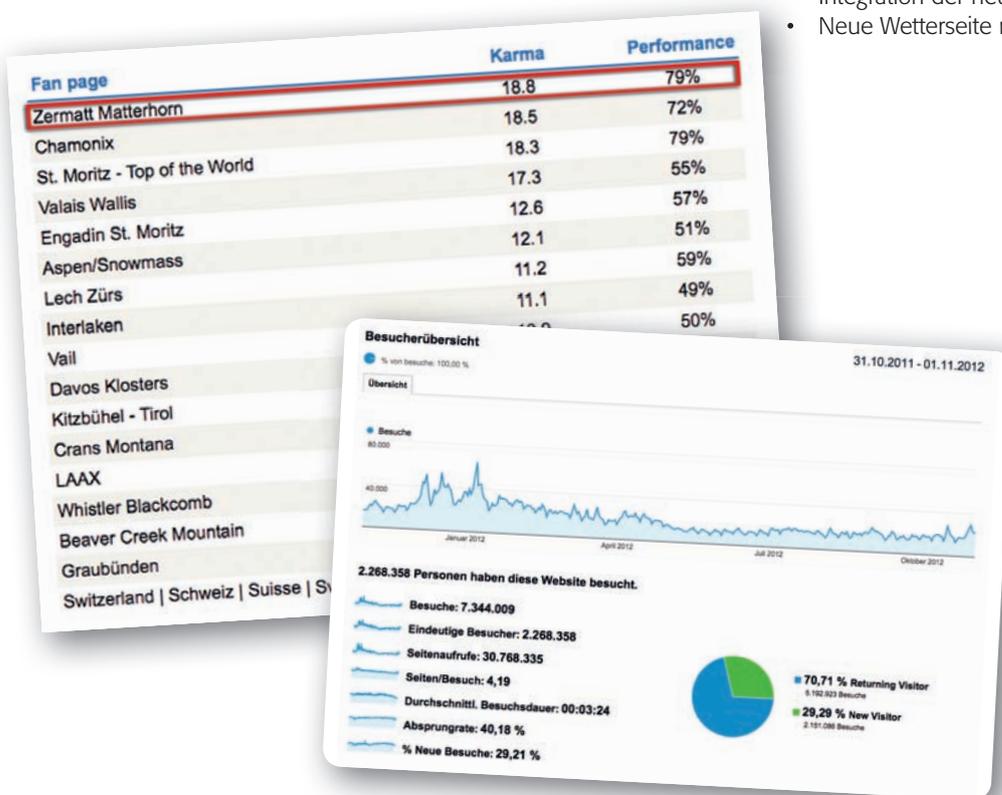
\* WAGAGUZ: wir arbeiten gemeinsam am Gedeihen unseres Zermatts

## 4. Marketing

In diesem Jahr stand der Fokus auf dem Online- und dem Social-Marketing sowie der Intensivierung der Verkaufsaktivitäten in den Haupt- und Nahmärkten. Durch die andauernd ungünstige Wirtschaftslage auf unseren Nahmärkten wurde intensiver in den Skandinavischen Märkten und Russland investiert. Für Investitionen im kommenden Jahr wurden neue Märkte mit Potenzial evaluiert.

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 1'680 Fachpersonen (654 Medien/911 Reiseagenten) aus der ganzen Welt wurden in Zermatt empfangen und von Zermatt Tourismus betreut. Die stets persönliche Betreuung dieser Fachpersonen führte in Hauptzeiten zu Engpässen in der Supportabteilung, weswegen punktuell Verstärkung geholt wurde.

Aktivitäten und Berichte inkl. Bilder zu sämtlichen Verkaufsaktivitäten im Marketing sind unter [www.ztnet.ch](http://www.ztnet.ch) zu finden!



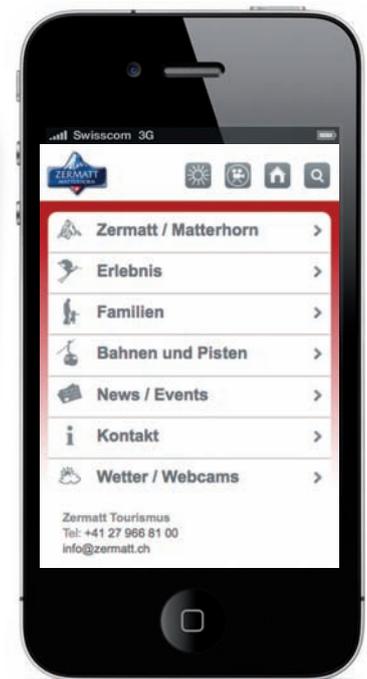
Analytics Fan page Karma & Google Analytics

### Online-Marketing

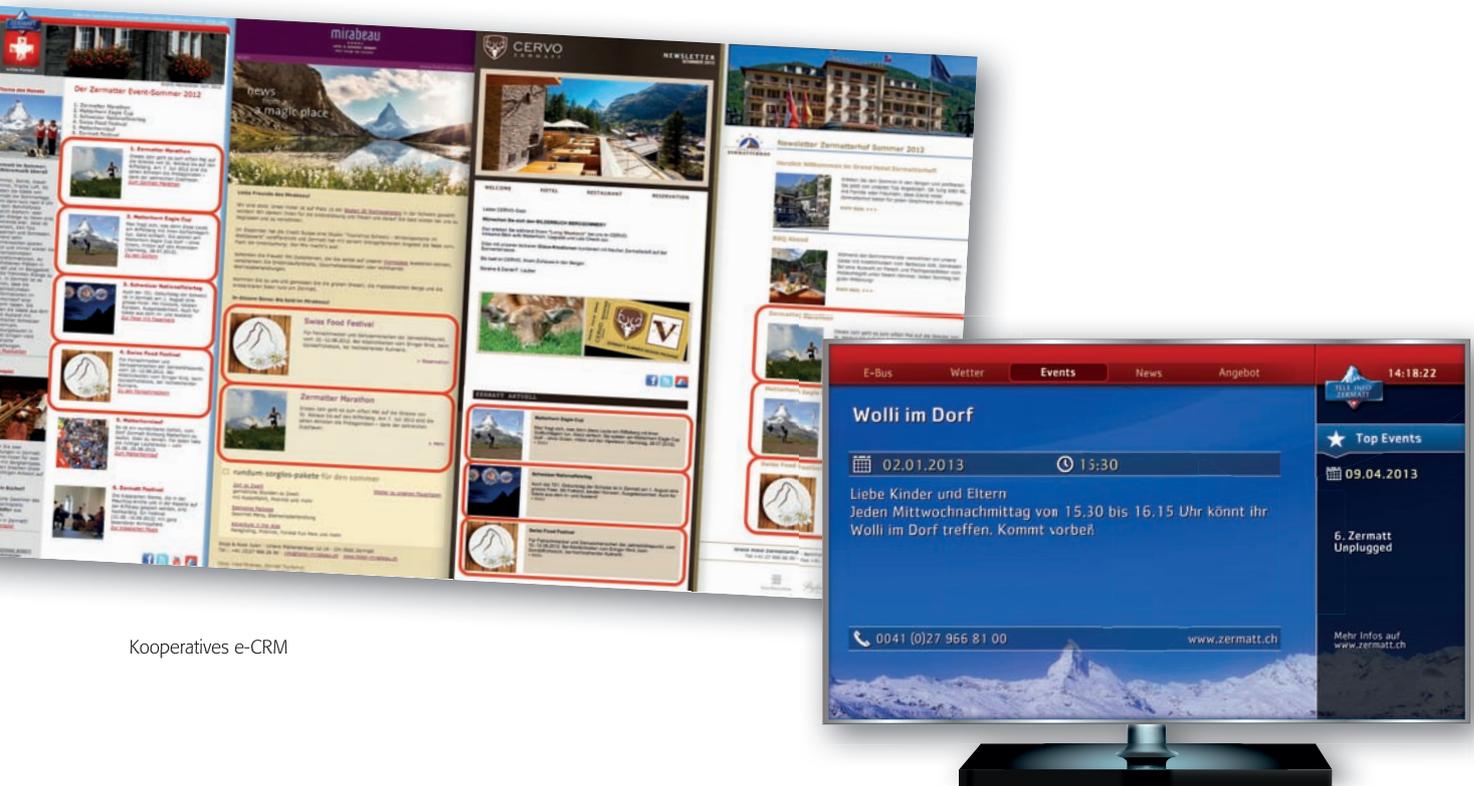
Die Cross-Media-Strategie im Online- und Offline-Marketing hat sich bewährt und wurde weiter ausgebaut. Mit der mobilen Version von [www.zermatt.ch](http://www.zermatt.ch) und dem Aufbau einer Videodatenbank für die Online-Kanäle konnte die Viralität unserer Aktionen gesteigert werden. Die Pilotphase des kooperativen e-CRMs (Newsletter Content-Sharing für weitere Leistungsträger) konnte erfolgreich durchgeführt werden und führte zu einer Milestone-Nominierung. Die Sprachenvielfalt wurde erhöht und der Hauptinhalt unserer Webseite auf inzwischen 11 Sprachen erweitert. Es wurden 11 Newsletter an Endkunden, 2 Newsletter gezielt für die Reisefachbranche und regelmässige Medienmitteilungen verschickt. Die gesamte Online-Strategie wurde analysiert und ein Online-Marketing-Konzept für 2013 ausgearbeitet.

### Ergänzungen und Neuheiten:

- Kooperatives e-CRM
- Mikroseite gänzlich zum Thema Nachhaltigkeit
- Zermatt-News: täglich für den Gast
- Mobile Seite (<http://m.zermatt.ch>)
- Videodatenbank
- Relaunch Tele Info Kanal (Neues «look & feel» und automatischer Einbau der Tagesaktivitäten)
- Integration der neuen Panorama-Webcams (ZBAG)
- Neue Wetterseite mit umfangreichen Wetterdaten



Mobile Version von [www.zermatt.ch](http://www.zermatt.ch)



Kooperatives e-CRM

Tele Infokanal: Neu digital erhältlich

**Medienarbeit**

Neben der aktiven Medienbearbeitung, den gezielten Presse-Communiqués und dem stets aktuellen Content auf den diversen Kommunikationskanälen von Zermatt Tourismus konnten 654 Journalisten in Zermatt empfangen werden. Zusätzlich erhielten folgende Projekte grosses Medieninteresse:

- Winterlaunch mit Vanessa Mae und Thomas Bucheli in Zusammenarbeit mit Wallis Tourismus
- PR und Werbekampagne mit Jörg Kachelmann
- Gipfelstürmer Projekt zum 150. Jubiläum von Hauptsponsor Mammüt mit Ex-Miss Schweiz Linda Fäh
- Unterstützung und Betreuung der Medienarbeit bei Events (Zermatt Unplugged, Zermatt Festival, Swiss Food Festival)
- Winterlaunch mit VIP Journalisten aus England
- Einladung Schweizer Journalisten am Skitest



Betreuung von Journalisten

**Weltweites Ranking der Internetseiten** (Quelle: alexa.com)

Zermatt.ch ist und bleibt nach myschweiz.com unangefochten die meist besuchte Destinations-Webseite der Schweiz.

Rang	Homepage	Rang	Homepage
19'267	www.myschweiz.com	405'717	www.luzern.com
<b>104'258</b>	<b>www.zermatt.ch</b>	474'915	www.gstaad.ch
136'345	www.stmoritz.ch	552'945	www.zermatt.com
178'921	www.stantonamarlberg.com	765'794	www.valais.ch
200'175	www.chamonix.com	936'359	www.leukerbad.ch
272'477	www.saas-fee.ch	1'007'084	www.grindelwald.com
307'860	www.verbier.ch		

<b>Journalisten in Zermatt</b>	
nach Land	Anzahl
Belgien	4
Brasilien	20
China	95
Dänemark	6
Deutschland	70
Frankreich	9
Grossbritannien	58
Hongkong	2
Italien	15
Japan	26
Kanada	9
Luxemburg	1
Niederlande	9
Norwegen	11
Österreich	19
Polen	5
Russland	25
Saudiarabien	12
Schweden	14
Schweiz	122
Slowakische Republik	4
Slowenien	1
Spanien	18
Südafrika	6
Südkorea	11
Taiwan	5
Tschechische Republik	14
Ungarn	4
USA	54
Vereinigte Arabische Emirate	5
<b>30</b>	<b>654</b>

**Presseanlässe** wurden dieses Jahr in Japan, Russland, England, Skandinavien, Deutschland, Italien, Spanien, Polen, Amerika, China und in der Schweiz durchgeführt. Die Journalisten wurden jeweils an einen Schweiz / Zermatt-Anlass eingeladen, um ihnen die Neuigkeiten zu präsentieren. Der Fokus wurde vermehrt auf das Wintergeschäft gelegt.

Die Pressearbeit und Kooperation auf den Märkten wurde unterstützt mit **Wettbewerben**.

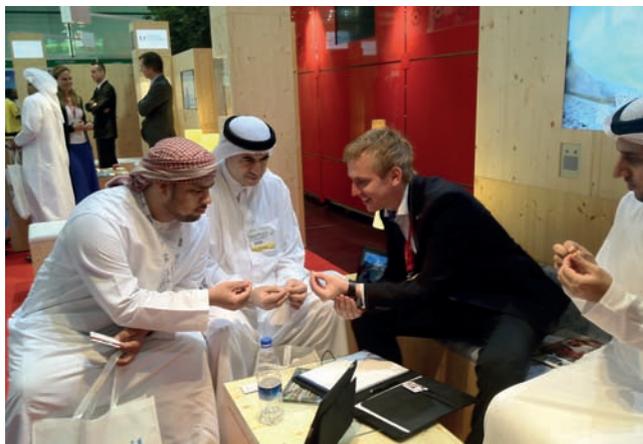
<b>Reisefachleute in Zermatt</b>	
nach Land	Anzahl
Australien	5
China	17
Deutschland	120
Grossbritannien	53
Indien	11
Italien	9
Japan	28
Kanada	14
Kasachstan	11
Niederlande	11
Österreich	18
Polen	16
Russland	158
Schweden	1
Schweiz	232
Südafrika	27
Südkorea	34
Taiwan	12
Thailand	33
Tschechische Republik	19
USA	65
Vereinigte Arabische Emirate	17
<b>22</b>	<b>911</b>

<b>Wettbewerbe in Zermatt</b>	
nach Land	Anzahl
China	3
Deutschland	16
Finnland	2
Frankreich	2
Grossbritannien	6
Indonesien	2
Luxemburg	4
Schweden	6
Schweiz	74
<b>9</b>	<b>115</b>

### Marktbearbeitung

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. Wichtige Reiseagenten und Tour Operatoren werden jeweils auch nach Zermatt eingeladen, damit sie sich direkt vor Ort von der Angebotsvielfalt überzeugen können. Im letzten Jahr gelang es, 911 Fachpersonen zur Studienreise nach Zermatt zu motivieren und diese vor Ort zu betreuen. Wichtige Anlässe waren u.a.:

- ITB, Berlin
- Matterhorn Region Event, Russland
- Schweizer Ferientag, Zürich
- STE und Foodpromotion, China
- STE & ATM, Golfstaaten
- STE, Mitteleuropa
- Verkaufstour, England
- NTA Convention, Nordamerika
- USTOA Conference, Nordamerika
- Verkaufstour, Skandinavien
- Sales Calls Spanien



Um kaufkräftige Kunden wird ebenfalls in den Golfstaaten gebuhlt



Verkaufsaktivität bei Reiseagenten

### Kooperationen mit der Privatwirtschaft

Die Kooperationen mit den langjährigen Partnern Victorinox und Mammut konnten gehalten werden. Die Kooperationen zu Caran d'Ache und Kambly konnten verlängert und **neu der Uhrensponsor Hublot** für 5 Jahre gewonnen werden.



### Stamm- und Gästemarketing

Mit über 30 jährlichen Gästeehrungen, die fast ausschliesslich vom Kurdirektor persönlich durchgeführt werden, können Stammkunden ein kleines «Dankeschön» für Ihre Treue entgegennehmen. Sie sind für uns nicht nur gute Gäste, sondern meistens auch die besten Botschafter für die Destination.



Zermatt im Europapark



«One day is not enough» – Flyeraktion Sommer 2012

## Werbung

Dank der erneuten Kooperation der Zermatt Bergbahnen AG und Zermatt Tourismus konnte die ausserordentliche Kampagne «Profil» zum Winterstart lanciert und somit mehr Aufmerksamkeit auf dem Schweizer Markt erreicht werden. Das Zermatt Unplugged konnte den Medienwert sowie dessen Werbekampagne nochmals steigern. Die Raiffeisenaktion erzielte für die Destination Zermatt-Matterhorn eine starke Aufmerksamkeit im Sommer/Herbst. Unterstützt wurde die Kampagne mit einer Flyeraktion in Zusammenarbeit mit der Matterhorn Gotthard Bahn. Diese wies die Tagesausflügler auf das gesamte Destinationsangebot hin und forderte zur Übernachtung und zur Wiederkehr auf.

Werbekampagnen 2012:

- Kachelmann
- Profil
- Zermatt Unplugged
- «One day is not enough» – Unterstützung der Raiffeisen Aktion



Winterstart-Kampagne «Profil»

**MICE**

Durch die gezielten Verkaufsförderungsmaßnahmen und den Messeauftritten im Bereich MICE konnten die Anfragen für Incentives nach Zermatt gesteigert werden. Hauptaktivitäten waren:

- SuisseEmex, Zürich
- Celebrationpoint Roadshow – Zürich, Basel und Luzern
- Einladung KeyAccounts, Zermatt Unplugged
- Teaseraktion mit Postkarte und Fotoalbum an Hauptkontakte



Teaseraktion: Versand von Postkarte und Fotoalbum an MICE Hauptkontakte

**Angebotsgestaltung und -erweiterung**

Die Sommeranimationen wurden erweitert und dem Themenjahr «Wasser» angepasst. Dank dem Einsatz der Gemeinde Zermatt wurde eine Rallye mit Gewinnspiel rund um die 5-Seenwanderung installiert und «Aqua-Trail» genannt. Diese Rallye wurde nachhaltig gebaut und kann flexible für weitere Aktivitäten oder Firmenincentives genutzt werden. Um die 1'000 Personen nahmen an Rallye teil und erhielten bei Zermatt Tourismus ein kleines Geschenk.

**Familienangebot**

Nebst dem Wollli-Animationsprogramm im Winter und Sommer wurde der Fokus auf die Zertifizierung der Destination Zermatt-Matterhorn zur Familiendestination gesetzt. Dank der Kooperation der Credo Betriebe konnte im 2012 die Erlangung des Labels «Familien willkommen» zelebriert werden.



Übergabe des Labels «Familien willkommen»

## 5. Gäste-Servicecenter

### Unterkunfts-Buchungen

Das schwierige wirtschaftliche Umfeld widerspiegelte sich auch im Buchungsverhalten der Gäste. Nach einem Einbruch im Vorjahr brach der Umsatz bei den Direktbuchungen wiederum um 7.8% oder CHF 244'581 ein. Die Buchungen über das Internet sowie die Anfragen über das Tourismusbüro haben in etwa gleich viel verloren. Das Verhältnis der Buchungen über Internet sowie Anfragen über das Tourismusbüro ist stagniert.

Umsatz Deskline seit 2002 in CHF					
Jahr	Total	Buchungen über Tourismusbüro		Buchungen 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%

### Abo- und Ticketverkauf der Bergbahnen Zermatt

Die Testphase für den Verkauf von Skipässen und Tickets für die Bergbahnen Zermatt konnte erfolgreich abgeschlossen werden. Das Bedürfnis des Gastes, sämtliche Leistungen der Destination an einer Stelle beziehen zu können, ist vorhanden. Dabei sollte die Möglichkeit für den Verkauf weiterer Produkte und Dienstleistungen laufend überprüft werden. Ziel ist es, das Tourismusbüro künftig stärker als Dienstleistungszentrum zu positionieren.

Im Geschäftsjahr 2012 konnte ein Umsatz von CHF 645'698 erzielt werden. Dies bedeutet einen Rückgang des Verkaufs von -42.35% oder CHF 474'264. Während des Umbaus des Gästeservice Centers vom 11. April bis Ende Juni wurden keine Tickets verkauft. Der starke Rückgang kann teilweise ebenfalls auf die Raiffeisenaktion zurückgeführt werden. Diese Tickets konnten bei Zermatt Tourismus nicht verkauft werden.

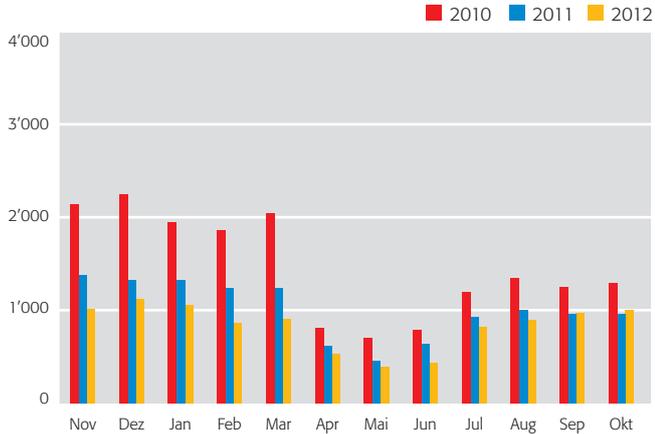
Weiterhin werden im Tourismusbüro folgende Abos und Tickets verkauft:

- Sämtliche Abos/Pässe für das gesamte Gebiet (Skipässe, Peak-Pässe, Hiking-Pässe etc.)
- Einzelfahrten für das Bahngebiet Süd (Matterhorn glacier paradise) & Nord (Rothorn)

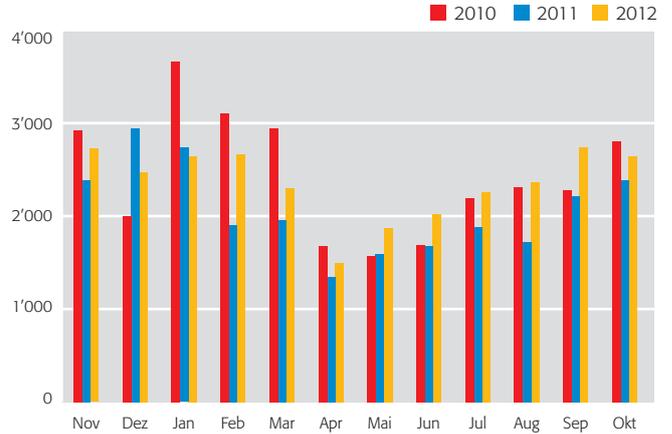
Einzelfahrten für das Gebiet Gornergrat, Abos und Tickets für Einheimische und Gruppenpässe werden vorläufig noch nicht angeboten.

## Eckdaten und Statistiken

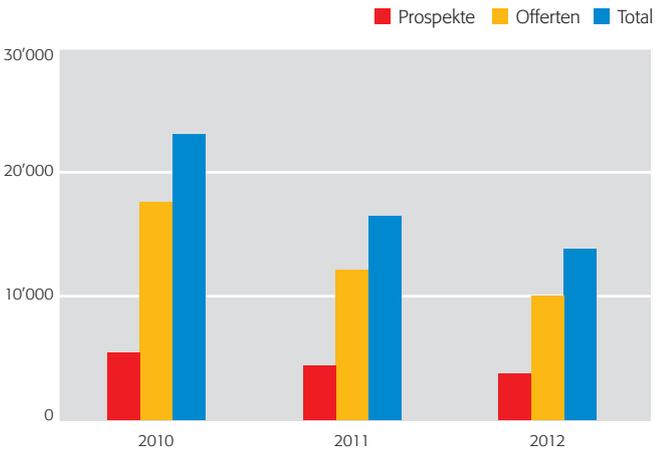
### Offertanfragen pro Monat



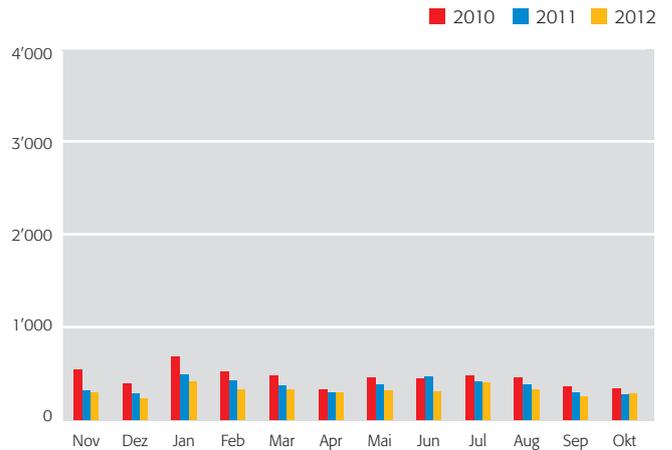
### E-Mail pro Monat



### Offert- und Prospektanfragen pro Jahr



### Prospektanfragen pro Monat



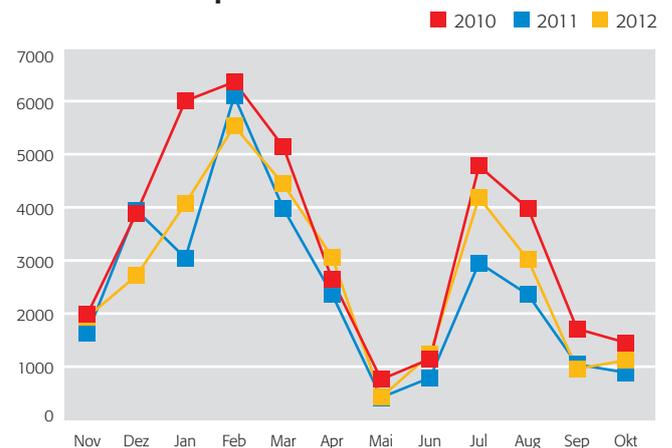
Im Geschäftsjahr 2011/12 wurden 3'776 Prospekt in alle Welt versandt. Grossversände werden in dieser Statistik nicht mitgezählt.

### Reservierbarkeit Hotellerie/Parahotellerie über Zermatt Tourismus

Im Geschäftsjahr 2011/2012 waren im Informations- und Reservierungssystem Descline 1325 Wohnungen (26 Wohnungen in Randa, 96 Wohnungen in Täsch und 1203 Wohnungen in Zermatt) registriert.

Es werden 479 Objekte (7 Wohnungen in Randa, 13 Wohnung in Täsch und 459 Wohnungen in Zermatt) zur Direktreservation angeboten. Bei den Hotels werden 75 zur Direktreservation angeboten (davon 1 in Randa, 3 in Täsch und 71 in Zermatt).

### Entwicklung der generierten Logiernächte durch Direktreservation pro Monat



## 6. Gästeanimation

Zermatt Tourismus hat während des vergangenen Jahres diverse Events unterstützt. Der Grossteil der Events wird von externen OK's organisiert, dabei stellt Zermatt Tourismus dem Organisator jeweils Unterstützung bei der Vermarktung und der Kommunikation zur Verfügung.

Zusätzlich wurden weitere Angebote und Aktionen für den Gast auf die Beine gestellt. Speziell zu erwähnen sind dabei folgende:

- die Dorfrundgänge in Täsch & Zermatt
- Besuch Grande Dixence in Z'Mutt
- der Folkloresommer in Zermatt
- der traditionelle Geissenkehr
- die verschiedenen Themenwanderungen (Geologie, Genuss etc.)
- die musikalischen Anlässe und Folkloreabende

Das Schwergewicht der Aktivitäten liegt klar im Sommer. Leider mussten wir dabei feststellen, dass viele Leistungserbringer gar nicht oder nur unzureichend über die zahlreichen Möglichkeiten für den Gast im Sommer informiert sind. Aus diesem Grund wird die Kommunikation nach innen in Zukunft noch verstärkt.

An dieser Stelle möchten wir uns herzlich bei allen Leistungspartnern, Vereinen und der ganzen Bevölkerung für die Mitarbeit am Veranstaltungsprogramm bedanken.

### Auszug aus dem Eventkalender

Datum	Event	Organisator	Aufgaben ZT
27.11.11	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>
28.12.11	Weihnachtskonzert Zermatt Camerata Vivaldi	Camerata Vivaldi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Übernahme Vorverkauf</li> </ul>
25.02.12	11. Gebirgslauf Zermatt – Rothorn	SAC Zermatt (Mario Constantin)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anmeldewesen</li> <li>• allgemeine Sekretariatsarbeiten</li> <li>• Betrieb Rennbüro</li> </ul>
29.07.12	Best of the Alps Golf Cup	Zermatt Tourismus	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planung, Organisation und Durchführung</li> </ul>
01.08.12	Nationalfeiertag	Zermatt Tourismus	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planung, Organisation und Durchführung</li> </ul>
12.08.12	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>
25. – 26.08.12	30. Internationaler Matterhornlauf	Zermatt Bergbahnen AG (Reto Wyss)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausschreibung</li> <li>• allgemeine Sekretariatsarbeiten</li> <li>• Betrieb Rennbüro</li> </ul>
31.08. – 16.09.12	Zermatt Festival	Stiftung Zermatt Festival (Giovanna Panese)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unterstützung und Werbung vor Ort</li> </ul>

### 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 2012 wurden folgende Beiträge in CHF gesprochen

Events	Direktzahlungen	Defizitgarantien
Zermatt Unplugged	50'000	
Matterhornlauf	10'000	
Zermatt Marathon	10'000	
Raiffeisen Tennis Open	5'000	
Swiss Food Festival	5'000	
Täschalplauf	2'000	
Folklore Festival		5'000*
Horu Trophy		5'000*
Matterhorn Eagle Cup		5'000*
OW Tambouren- & Pfeiferfest		5'000*

\*Die Defizitgarantie wurde bis Ende des Geschäftsjahres 2012 nicht beansprucht.

So wurden während des vergangenen Jahres Total CHF 82'000 ausgeschüttet. Der Event-Pool beläuft sich mittlerweile auf insgesamt CHF 78'700 (per 31.10.2012).

## 7. Finanzen

### Allgemeines

Die Jahresrechnung 2012 weist einen Ertrag von CHF 6'775'505.49 und einen Aufwand von CHF 6'774'815.43 auf, was einen Erfolg von CHF 690.06 ergibt.

Mehreinnahmen konnten wir bei den Kurtraxen (+CHF 193'517.01) und bei der Tourismusförderungstaxe (+CHF 10'651.58) verbuchen.

### Tourismusförderungstaxe (TFT)

Die Einnahmen stellen sich wie folgt zusammen:

Hotellerie	CHF	639'388	27.26%
<i>(Anteil Beherbergungstaxen an Wallis Tourismus)</i>			
Netto	CHF	-407'089	-17.36%
	CHF	232'299	9.90%
Ferienwohnungen	CHF	421'826	17.98%
<i>(Anteil Beherbergungstaxen an Wallis Tourismus)</i>			
Netto	CHF	-131'328	-5.60%
	CHF	290'498	12.38%
Bahnen	CHF	260'215	11.09%
Restaurant	CHF	234'653	10.00%
Baugewerbe	CHF	175'716	7.49%
Handel/Getränke	CHF	123'432	5.26%
Beratung/Freie Berufe	CHF	74'550	3.18%
Transportgewerbe	CHF	57'514	2.45%
Sportgeschäfte/Ski-Depot	CHF	57'200	2.44%
Nahrungs- + Genussmittel	CHF	46'240	1.97%
Skilehrer/Skischulbüro	CHF	41'483	1.77%
Banken	CHF	36'228	1.54%
Bekleidung, Schuhe	CHF	26'218	1.12%
Immobilienhandel	CHF	25'045	0.92%
Unterricht	CHF	19'961	0.85%
Apotheken/Drogerien	CHF	14'892	0.63%
Freiwillige	CHF	14'730	0.63%
Reparaturgewerbe	CHF	14'519	0.62%
Uhren, Bijouterie	CHF	13'600	0.58%
Elektronik/Optik	CHF	13'086	0.56%
Coiffeur, Kosmetik, Reinigung	CHF	6'514	0.28%
Energie/Wasser	CHF	6'393	0.27%
Gesundheitswesen	CHF	5'373	0.23%
Reisebüro	CHF	5'262	0.22%
Bergführer, Wanderleiter	CHF	4'274	0.18%
Versicherungen	CHF	3'641	0.16%
Radio/TV	CHF	1'893	0.08%
Druck und Grafik	CHF	1'806	0.08%
<b>Total</b>	<b>CHF</b>	<b>2'345'652</b>	<b>100.00%</b>

Sie wurden wie folgt verwendet:

Ausgaben für Marketingzwecke			
Marketing	CHF	2'174'965	
Wallis Tourismus	CHF	538'417	
Event-Fond	CHF	50'000	
<b>Total Ausgaben</b>	<b>CHF</b>	<b>2'763'338</b>	

### Einnahmen für Marketingzwecke

TFT	CHF	2'345'652
Mitgliederbeiträge	CHF	57'300
Gemeinde Zermatt	CHF	100'000
Direktreservation	CHF	276'926
Sponsoring	CHF	137'756
Merchandising	CHF	37'198
Ausserordentlicher Ertrag	CHF	22'156
<b>Total Einnahmen</b>	<b>CHF</b>	<b>2'976'988</b>
<b>Saldo</b>	<b>CHF</b>	<b>+213'650</b>

Folgende auswärtige Betriebe haben freiwillig die TFT bezahlt:

- Ackermann-Consulting, Bern
- Anton Fercher AG, Visp
- Atelier Ruppen, Turtmann
- BB Trading Werbearbeit AG, Dietikon
- Bringhen AG, Visp
- Getaz Romang AG, Visp
- Grande Dixence SA, Sion
- Krummenacher AG, Naters
- Lauber IWISA, Naters
- Mengis Druck und Verlag, Visp
- Möbel Siz, Visp
- OCÉ Schweiz AG, Glatbrugg
- OCOM AG, Brig
- Rotten Verlag, Visp
- Schneller, Ritz & Partner AG, Brig
- Valmedia AG, Visp
- Werner Fercher AG, Lalden

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

### Kurtaxen Hotellerie

Im Winter mussten wir einen Logiernächterückgang von -40'120 oder -5.21% hinnehmen. Dafür entwickelte sich der Sommer umso besser +20'435 Logiernächte oder +3.49%. Auf das Jahr ergab dies eine Rückgang von -19'685 Logiernächte oder -1.45%.

Die positive Entwicklung im Sommer ist sicher auch auf die Raiffeisenaktion zurückzuführen. Diese generierte in den Monaten April bis September 31'867 zusätzliche Übernachtungen.

### Kurtaxen Parahotellerie

Sowohl bei den Ferienwohnung als auch bei den Massenlagern sanken die Übernachtungszahlen auf -33'552 Logiernächte oder -4.92%.

### Budget 2013

Das Budget 2013 passten wir erneut an das Jahresergebnis 2012 an. Der budgetierte Gewinn beläuft sich auf CHF 1'000.00.

# Bilanz 2012

	per 1. November 2011		per 31. Oktober 2012	
	Aktiven	Passiven	Aktiven	Passiven
<b>AKTIVEN</b>				
Kassa	4'659.45		9'497.00	
Postkonto	13'438.14		66'020.52	
UBS AG	140'967.24		89'733.22	
WKB (Direktreservation)	324'489.76		257'609.25	
Credit Suisse	110'700.00		78'700.00	
Raiffeisenbank	119'997.82		150'640.82	
Wertschriftendepot	25'074.00		26'022.00	
Debitoren Allgemein	422'659.42		100'317.71	
Debitoren Kurtaxen	437'853.65		433'041.25	
Debitoren Tourismusförderungstaxe	51'145.15		41'614.10	
Debitoren Direktreservation	64'089.29		64'967.59	
Debitoren Kreditkarten	134'312.38		108'172.80	
Transitorische Aktiven	22'556.20		3'293.60	
Kartenmaterial	36'000.00		16'000.00	
Stiftung Alpines Museum	1.00		1.00	
Pavillon Eisbahn	1.00		1.00	
Neues Verkehrsbüro	130'000.00		712'757.06	
Finanzanlagen «Golf Mischabel AG»	1.00		1.00	
Sitzbänke Zermatt	3'841.03		0.00	
<b>PASSIVEN</b>				
Kreditoren Allgemein		316'342.55		265'590.88
Kreditor MwSt.		7'988.81		15'409.78
Kreditoren Direktreservation		668'603.78		646'959.40
Transitorische Passiven		613'728.45		660'184.70
Rückstellungen allgemein		72'000.00		72'000.00
Rückstellungen Event-Fonds		110'700.00		78'700.00
Rückstellungen MwSt.		40'000.00		40'000.00
Rückst. 150 Jahre Erstbesteigung Matterhorn		150'000.00		300'000.00
Sitzbänke Zermatt		0.00		16'432.16
Eigenkapital		62'422.94		62'422.94
Gewinn 2012				690.06
<b>Total Bilanz</b>	<b>2'041'786.53</b>	<b>2'041'786.53</b>	<b>2'158'389.92</b>	<b>2'158'389.92</b>

## Erfolgsrechnung 2012

	2012 Abschluss	in %	2012 Budget	in %	Differenz zu Budget 12	2013 Budget	in %
<b>AUFWAND</b>							
<b>Personal Aufwand</b>							
Gehälter	1'930'439.25		1'900'000.00		30'439.25	1'990'000.00	
Sozialleistungen	380'262.85		362'000.00		18'262.85	370'000.00	
Schulung/Rekrutierung Personal	4'012.58		3'000.00		1'012.58	10'000.00	
	<b>2'314'714.68</b>	<b>34.17</b>	<b>2'265'000.00</b>	<b>34.46</b>	<b>49'714.68</b>	<b>2'370'000.00</b>	<b>34.86</b>
<b>Allgemeiner Aufwand</b>							
Verwaltung und Sitzungen	211.81		0.00		211.81	10'000.00	
Büromaterial	16'358.63		16'000.00		358.63	16'000.00	
Infrastruktur Geräte	17'651.89		16'000.00		1'651.89	19'000.00	
Infrastruktur Immob./Mob.	4'143.14		3'000.00		1'143.14	18'000.00	
Kommunikation	38'113.90		40'000.00		-1'886.10	35'000.00	
Die Post	45'454.63		50'000.00		-4'545.37	50'000.00	
Mieten	277'969.80		280'000.00		-2'030.20	280'000.00	
Energie/Wasser/Reinigung	19'515.28		19'000.00		515.28	19'000.00	
Zinsen/Spesen	-843.18		1'000.00		-1'843.18	1'000.00	
Versicherungen	9'967.65		14'000.00		-4'032.35	10'000.00	
Kurtaxenkontrolle	0.00		0.00		0.00	5'000.00	
Verschiedenes	15'561.99		15'000.00		561.99	15'000.00	
	<b>444'105.54</b>	<b>6.56</b>	<b>454'000.00</b>	<b>6.91</b>	<b>-9'894.46</b>	<b>478'000.00</b>	<b>7.03</b>
<b>Informations Technologie-Management (IT)</b>							
Deskline	61'600.52		62'000.00		-399.48	60'000.00	
Internet	8'897.20		10'000.00		-1'102.80	10'000.00	
IT-Software	19'692.24		15'000.00		4'692.24	15'000.00	
IT-Hardware	9'118.77		5'000.00		4'118.77	30'000.00	
Verbrauch	6'368.05		6'000.00		368.05	6'000.00	
IT Operation Service	46'879.53		30'000.00		16'879.53	42'000.00	
	<b>152'556.31</b>	<b>2.25</b>	<b>128'000.00</b>	<b>1.95</b>	<b>24'556.31</b>	<b>163'000.00</b>	<b>2.40</b>
<b>Beiträge</b>							
Dienstleistungszentrum Randa	24'000.00		24'000.00		0.00	24'000.00	
Dienstleistungen Gemeinde Randa	10'000.00		10'000.00		0.00	10'000.00	
Dienstleistungen Gemeinde Täsch	40'000.00		40'000.00		0.00	40'000.00	
Dienstleist. Gemeinde Zermatt	709'500.00		710'000.00		-500.00	710'000.00	
Langlauf Täsch-Randa	40'000.00		40'000.00		0.00	20'000.00	
Tele-Info Zermatt	21'280.00		21'000.00		280.00	21'000.00	
Wolli-Park	20'000.00		20'000.00		0.00	20'000.00	
	<b>864'780.00</b>	<b>12.76</b>	<b>865'000.00</b>	<b>13.16</b>	<b>-220.00</b>	<b>845'000.00</b>	<b>12.43</b>
<b>Subtotal</b>	<b>3'776'156.53</b>		<b>3'712'000.00</b>		<b>64'156.53</b>	<b>3'856'000.00</b>	

## Erfolgsrechnung 2012

	2012 Abschluss	in %	2012 Budget	in %	Differenz zu Budget 12	2013 Budget	in %
<b>AUFWAND</b>							
<b>Marketing</b>							
Marktbearbeitung	310'519.79		260'000.00		50'519.79	269'000.00	
Projekt Buchungssystem	0.00		0.00		0.00	200'000.00	
Verkaufsförderung-Plattformen	51'035.73		46'000.00		5'035.73	50'000.00	
Studienreisen	94'729.97		66'000.00		28'729.97	75'000.00	
Stammgäste Marketing	92'876.81		100'000.00		-7'123.19	65'000.00	
Werbung	855'777.63		900'000.00		-44'222.37	892'000.00	
<i>Destinationsmarketing (Runder Tisch)</i>	-219'323.00						
<i>Zermatt Bergbahnen AG</i>	138'408.00						
<i>Matterhorn Gotthard Bahn &amp; GGB</i>	80'915.00						
Aufbau Werbung Langlaufloipe	0.00		0.00		0.00	20'000.00	
Content & Medien	137'578.44		140'000.00		-2'421.56	283'000.00	
Foto- und Filmdienst	50'512.26		50'000.00		512.26	45'000.00	
Prospekte	424'451.64		420'000.00		4'451.64	470'000.00	
Partnermarketing	69'918.20		40'000.00		29'918.20	140'000.00	
Beiträge tour. Institutionen	20'839.72		20'000.00		839.72	26'000.00	
Wallis Tourismus/ Beherbergungstaxe	538'417.00		500'000.00		38'417.00	80'000.00	
Schweiz Tourismus Mailinghouse	7'316.44		11'000.00		-3'683.56	10'000.00	
Verschiedenes	59'408.79		40'000.00		19'408.79	30'000.00	
	<b>2'713'382.42</b>	<b>40.05</b>	<b>2'593'000.00</b>	<b>39.45</b>	<b>120'382.42</b>	<b>2'655'000.00</b>	<b>39.06</b>
<b>Events</b>							
Winter	11'178.80		11'000.00		178.80	14'000.00	
Sommer	45'520.33		50'000.00		-4'479.67	50'000.00	
Konzerte	71'579.53		65'000.00		6'579.53	75'000.00	
Geissenkehr	13'980.13		15'000.00		-1'019.87	15'000.00	
1.-August-Feier	24'717.24		20'000.00		4'717.24	24'000.00	
Event-Fonds	50'000.00		50'000.00		0.00	50'000.00	
Beiträge an Vereine	28'000.00		19'000.00		9'000.00	28'000.00	
Swiss-O-Week	12'626.00		13'000.00		-374.00	6'000.00	
	<b>257'602.03</b>	<b>3.80</b>	<b>243'000.00</b>	<b>3.70</b>	<b>14'602.03</b>	<b>262'000.00</b>	<b>3.85</b>
<b>Debitorenverlust</b>	<b>2'674.45</b>	<b>0.04</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>2'674.45</b>	<b>0.00</b>	<b>0.0</b>
<b>Abschreibungen Schalterhalle</b>	<b>25'000.00</b>	<b>0.37</b>	<b>25'000.00</b>	<b>0.38</b>	<b>0.00</b>	<b>25'000.00</b>	<b>0.37</b>
<b>Total Aufwand</b>	<b>6'774'815.43</b>	<b>100.00</b>	<b>6'573'000.00</b>	<b>100.00</b>	<b>201'815.43</b>	<b>6'798'000.00</b>	<b>100.00</b>

## Erfolgsrechnung 2012

	2012 Abschluss	in %	2012 Budget	in %	Differenz zu Budget 12	2013 Budget	in %
<b>ERTRAG</b>							
<b>Kurtaxen</b>							
Hotellerie	2'592'236.45		2'440'000.00		152'236.45	2'580'000.00	
Ferienwohnungen	878'812.45		870'000.00		8'812.45	900'000.00	
Jahrespauschalen	218'053.10		200'000.00		18'053.10	220'000.00	
Camping, Massenlager	109'415.01		95'000.00		14'415.01	100'000.00	
	<b>3'798'517.01</b>	<b>56.06</b>	<b>3'605'000.00</b>	<b>54.92</b>	<b>193'517.01</b>	<b>3'800'000.00</b>	<b>55.89</b>
<b>Tourismusförderungstaxe</b>	<b>2'345'651.58</b>	<b>34.62</b>	<b>2'335'000.00</b>	<b>35.57</b>	<b>10'651.58</b>	<b>2'335'000.00</b>	<b>34.34</b>
<b>Mitgliederbeitrag</b>	<b>57'300.00</b>	<b>0.85</b>	<b>58'000.00</b>	<b>0.88</b>	<b>-700.00</b>	<b>58'000.00</b>	<b>0.85</b>
<b>Beitrag Gemeinde Zermatt</b>	<b>100'000.00</b>	<b>1.48</b>	<b>100'000.00</b>	<b>1.52</b>	<b>0.00</b>	<b>100'000.00</b>	<b>1.47</b>
<b>Direktreservation</b>	<b>276'926.12</b>	<b>4.09</b>	<b>280'000.00</b>	<b>4.27</b>	<b>-3'073.88</b>	<b>320'000.00</b>	<b>4.71</b>
<b>Sponsoring Einnahmen</b>	<b>137'755.97</b>	<b>2.03</b>	<b>136'000.00</b>	<b>2.07</b>	<b>1'755.97</b>	<b>136'000.00</b>	<b>2.00</b>
<b>Merchandising</b>	<b>37'198.36</b>	<b>0.55</b>	<b>50'000.00</b>	<b>0.76</b>	<b>-12'801.64</b>	<b>50'000.00</b>	<b>0.74</b>
<b>Ausserordentlicher Ertrag</b>	<b>22'156.45</b>	<b>0.33</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>22'156.45</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>
<b>Total Ertrag</b>	<b>6'775'505.49</b>	<b>100.00</b>	<b>6'564'000.00</b>	<b>100.00</b>	<b>211'505.49</b>	<b>6'799'000.00</b>	<b>100.00</b>

	2012 Abschluss	in %	2012 Budget	in %	Differenz zu Budget 12	2013 Budget	in %
<b>REKAPITULATION</b>							
Total Ertrag	6'775'505.49		6'564'000.00		211'505.49	6'799'000.00	
Total Aufwand	6'774'815.43		6'573'000.00		201'815.43	6'798'000.00	
<b>Erfolg nach Einlage in Event-Fonds</b>	<b>690.06</b>		<b>-9'000.00</b>		<b>9'690.06</b>	<b>1'000.00</b>	

BUCHFÜHRUNG, STEUERBERATUNG, VERWALTUNGEN, GESELLSCHAFTSGRÜNDUNGEN, REVISIONEN, UNTERNEHMENSBERATUNG (FINANZ-, INVESTITIONS-, ABSCHLUSSBERATUNG)

## **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 2012 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, 22. Dezember 2012

**TREUHAND EGGEN & CO**

Karl Eggen, lic. rer. pol.  
zugelassener Revisor

## 8. Eckdaten und Statistiken

### Inventarisierung aller Wohnungen und Betten in Zermatt, Täsch und Randa

Stand 30.11.2012

Wohnungen	Zermatt	%	Täsch	%	Randa	%
<b><u>Einheimische</u></b>						
Eigenbedarf	1'193	17.86	278	32.18	145	42.27
Miete Einheimische	2'726	40.81	266	30.79	88	25.66
<b>Total Einheimische</b>	<b>3'919</b>	<b>58.68</b>	<b>544</b>	<b>62.96</b>	<b>233</b>	<b>67.93</b>
<b><u>Parahotellerie</u></b>						
<b>Einheimische Gästevermietung</b>	<b>1'181</b>	<b>17.68</b>	<b>143</b>	<b>16.55</b>	<b>43</b>	<b>12.54</b>
<b><u>Zweitwohnungsbesitzer</u></b>						
Gästevermietung	515	7.71	97	11.23	12	3.50
Eigenbedarf	1'064	15.93	80	9.26	55	16.03
<b>Total Zweitwohnungen</b>	<b>1'579</b>	<b>23.64</b>	<b>177</b>	<b>20.49</b>	<b>67</b>	<b>19.53</b>
<b>Total Parahotellerie</b>	<b>2'760</b>	<b>41.32</b>	<b>320</b>	<b>37.04</b>	<b>110</b>	<b>32.07</b>
<b>Total Wohnungen*</b>	<b>6'679</b>	<b>100.00</b>	<b>864</b>	<b>100.00</b>	<b>343</b>	<b>100.00</b>
* ohne Neubauten 2012						

Betten	Zermatt	%	Täsch	%	Randa	%
<b><u>Betten in Wohnungen</u></b>						
<b><u>Einheimische</u></b>						
Eigenbedarf	4'291	14.41	982	26.42	578	36.91
Miete Einheimische	7'044	23.65	800	21.52	291	18.58
<b>Total Einheimische</b>	<b>11'335</b>	<b>38.06</b>	<b>1'782</b>	<b>47.94</b>	<b>869</b>	<b>55.49</b>
<b><u>Parahotellerie</u></b>						
<b>Einheimische Gästevermietung</b>	<b>4'282</b>	<b>14.38</b>	<b>377</b>	<b>10.14</b>	<b>145</b>	<b>9.26</b>
<b><u>Zweitwohnungsbesitzer</u></b>						
Gästevermietung	2'007	6.74	363	9.77	41	2.62
Eigenbedarf	3'833	12.87	273	7.34	203	12.96
<b>Total Zweitwohnungen</b>	<b>5'840</b>	<b>19.61</b>	<b>636</b>	<b>17.11</b>	<b>244</b>	<b>15.58</b>
<b>Total Betten in Wohnungen</b>	<b>21'457</b>	<b>72.04</b>	<b>2'795</b>	<b>75.20</b>	<b>1'258</b>	<b>80.33</b>
<b><u>Massenlager</u></b>	<b>1'189</b>	<b>3.99</b>	<b>115</b>	<b>3.09</b>	<b>252</b>	<b>16.09</b>
<b><u>Hotellerie</u></b>	<b>7'138</b>	<b>23.97</b>	<b>807</b>	<b>21.71</b>	<b>56</b>	<b>3.58</b>
<b>Total Betten</b>	<b>29'784</b>	<b>100.00</b>	<b>3'717</b>	<b>100.00</b>	<b>1'566</b>	<b>100.00</b>

## Logiernächte nach Ländern Jahr

### Hotellerie und Parahotellerie in der Destination Zermatt

	Zermatt 2012	Täsch 2012	Randa 2012	Total 2012	Rang	Total 2011	Rang	Ver- änderung absolut	Ver- änderung in %	Markt- anteil in %
<b>Länder nach Kontinenten</b>										
Schweiz	777'237	25'727	3'545	<b>806'509</b>		752'922		53'587	7.12	40.66
Total Europa (ohne CH)	626'390	51'083	9'663	<b>687'136</b>		804'427		-117'291	-14.58	34.64
Total Asien	157'501	1'628	472	<b>159'601</b>		138'477		21'124	15.25	8.05
Total Amerika	91'684	3'994	628	<b>96'306</b>		98'801		-2'495	-2.53	4.85
Total Australien	17'583	418	128	<b>18'129</b>		17'496		633	3.62	0.91
Total Afrika	4'614	81	8	<b>4'703</b>		4'317		386	8.94	0.24
Nicht in der Länderstatistik enthaltene Logiernächte:										
Massenlager und Camping	68'415	18'136	15'924	<b>102'475</b>		111'416		-8'941	-8.02	5.17
Jahrespauschalen	97'980	7'410	3'510	<b>108'900</b>		109'140		-240	-0.22	5.49
<b>Total Logiernächte</b>	<b>1'841'404</b>	<b>108'477</b>	<b>33'878</b>	<b>1'983'759</b>		<b>2'036'996</b>		<b>-53'237</b>	<b>-2.61</b>	<b>100.00</b>

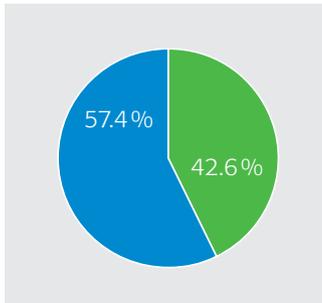
<b>Top 20 Nationen</b>										
Schweiz	777'237	25'727	3'545	806'509	<b>1</b>	752'922	1	53'587	7.12	40.66
Deutschland	204'947	26'935	4'527	236'409	<b>2</b>	301'447	2	-65'038	-21.58	11.92
Vereinigtes Königreich	142'202	3'113	334	145'649	<b>3</b>	163'894	3	-18'245	-11.13	7.34
Japan	99'507	314	28	99'849	<b>4</b>	88'009	4	11'840	13.45	5.03
USA	69'246	3'301	483	73'030	<b>5</b>	75'702	5	-2'672	-3.53	3.68
Frankreich	53'038	3'113	499	56'650	<b>6</b>	63'519	6	-6'869	-10.81	2.86
Russland	47'007	368	496	47'871	<b>7</b>	43'103	7	4'768	11.06	2.41
Niederlande	29'252	3'134	1'351	33'737	<b>8</b>	40'636	8	-6'899	-16.98	1.70
Belgien	17'330	1'912	484	19'726	<b>9</b>	21'322	11	-1'596	-7.49	0.99
Spanien	16'595	2'599	407	19'601	<b>10</b>	22'031	10	-2'430	-11.03	0.99
Italien	17'132	1'638	234	19'004	<b>11</b>	21'283	12	-2'279	-10.71	0.96
Schweden	17'589	202	35	17'826	<b>12</b>	22'688	9	-4'862	-21.43	0.90
Australien (mit Neuseeland)	16'187	363	128	16'678	<b>13</b>	16'039	13	639	3.98	0.84
Norwegen	15'374	357	22	15'753	<b>14</b>	14'779	15	974	6.59	0.79
Österreich	11'046	1'696	310	13'052	<b>15</b>	15'507	14	-2'455	-15.83	0.66
Kanada	11'891	365	75	12'331	<b>16</b>	14'459	16	-2'128	-14.72	0.62
China (ohne Hongkong)	9'457	329	23	9'809	<b>17</b>	6'927	22	2'882	41.61	0.49
Luxemburg	7'472	267	24	7'763	<b>18</b>	8'815	17	-1'052	-11.93	0.39
Taiwan	7'633	51	21	7'705	<b>19</b>	7'547	19	158	2.09	0.39
Brasilien	7'364	239	12	7'615	<b>20</b>	5'506	25	2'109	38.30	0.38

<b>Logiernächte nach Unterkunftsart</b>										
Total Hotellerie	1'257'604	70'089	7'027	1'334'720		1'354'405		-19'685	-1.45	67.28
Total Ferienwohnungen	417'405	12'842	7'417	437'664		462'035		-24'371	-5.27	22.06
Massenlager und Camping	68'415	18'136	15'924	102'475		111'416		-8'941	-8.02	5.17
Jahrespauschalen	97'980	7'410	3'510	108'900		109'140		-240	-0.22	5.49
<b>Total</b>	<b>1'841'404</b>	<b>108'477</b>	<b>33'878</b>	<b>1'983'759</b>		<b>2'036'996</b>		<b>-53'237</b>	<b>-2.61</b>	<b>100.00</b>

## Logiernächte Hotellerie und Parahotellerie 2012 Sommer / Winter

### Total in Destination Zermatt

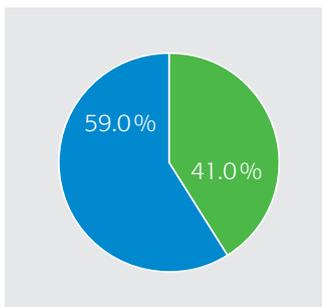
■ Winter ■ Sommer



	Winter	Sommer	Total
Zermatt	1'086'245	755'159	1'841'404
Täsch	40'001	68'476	108'477
Randa	11'865	22'013	33'878
<b>Total</b>	<b>1'138'111</b>	<b>845'648</b>	<b>1'983'759</b>

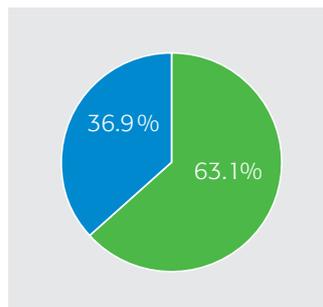
### Zermatt

■ Winter ■ Sommer



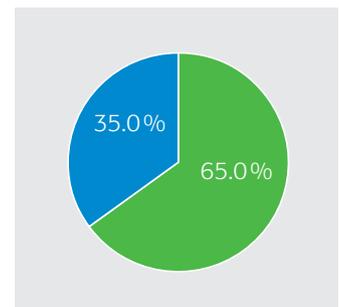
### Täsch

■ Winter ■ Sommer



### Randa

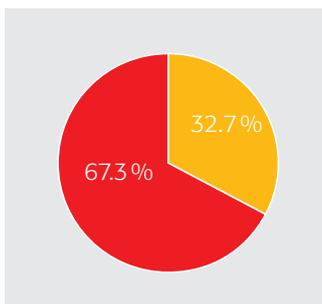
■ Winter ■ Sommer



## Logiernächte 2012 Hotellerie und Parahotellerie

### Total in Destination Zermatt

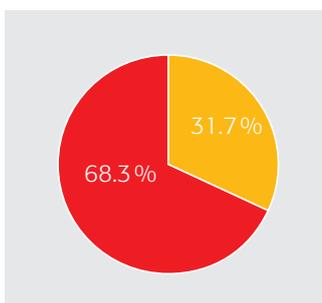
■ Hotellerie ■ Parahotellerie



	Hotellerie	Parahotellerie	Total
Zermatt	1'257'604	583'800	1'841'404
Täsch	70'089	38'388	108'477
Randa	7'027	26'851	33'878
<b>Total</b>	<b>1'334'720</b>	<b>649'039</b>	<b>1'983'759</b>

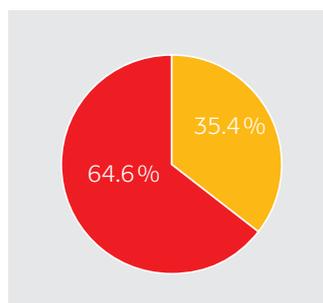
### Zermatt

■ Hotellerie ■ Parahotellerie



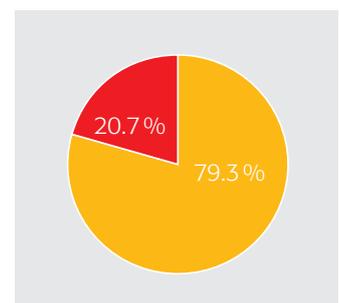
### Täsch

■ Hotellerie ■ Parahotellerie



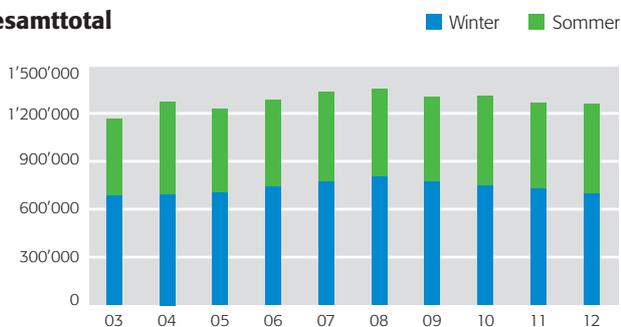
### Randa

■ Hotellerie ■ Parahotellerie

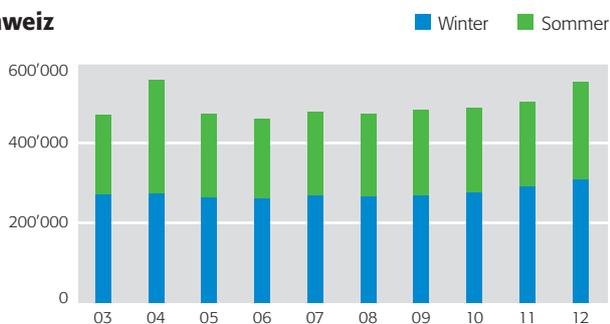


## Zermatt: Hotellerie nach den wichtigsten Märkten

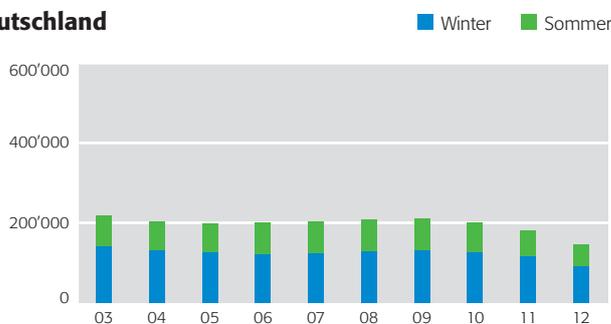
### Gesamttotal



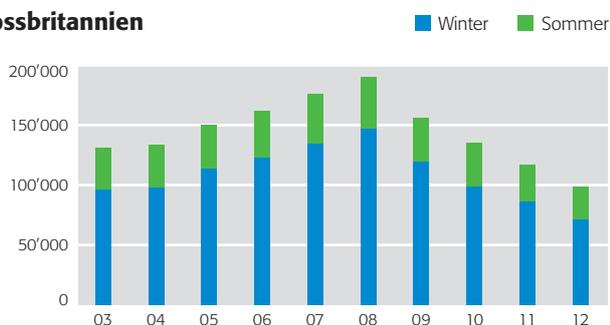
### Schweiz



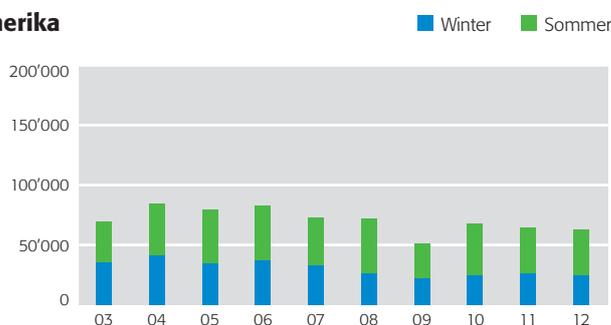
### Deutschland



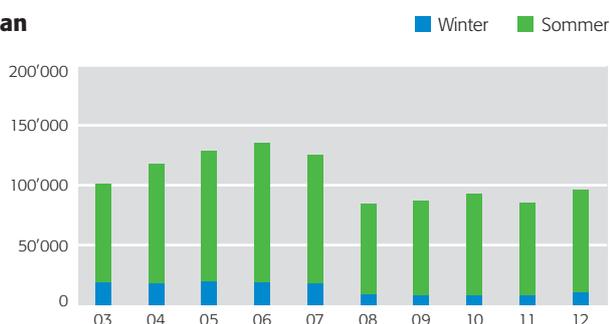
### Grossbritannien



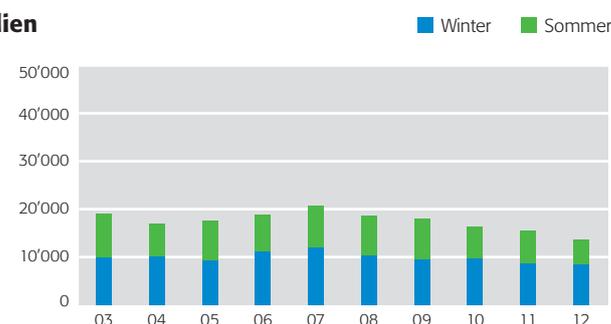
### Amerika



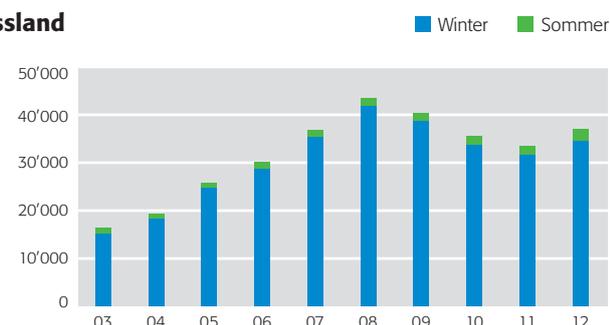
### Japan



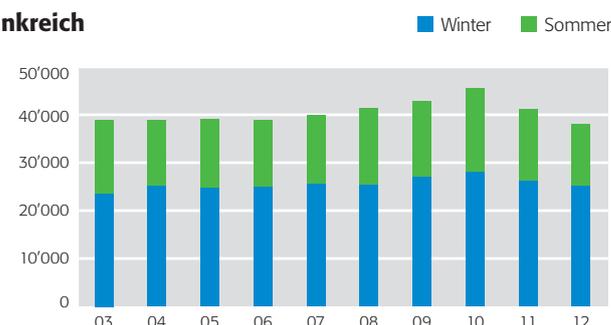
### Italien



### Russland



### Frankreich



## Logiernächte nach Top 10 Nationen

Top 10 Nationen	Hotel 2012	Para 2012	Total 2012	Rang	Total 2011	Ver- änderung absolut	Ver- änderung in %	Markt- anteil in %
-----------------	---------------	--------------	---------------	------	---------------	-----------------------------	--------------------------	--------------------------

Zermatt								
Schweiz	553'834	223'403	<b>777'237</b>	<b>1</b>	721'233	56'004	7.77	42.21
Deutschland	144'466	60'481	<b>204'947</b>	<b>2</b>	259'501	-54'554	-21.02	11.13
Vereinigtes Königreich	98'691	43'511	<b>142'202</b>	<b>3</b>	160'898	-18'696	-11.62	7.72
Japan	96'271	3'236	<b>99'507</b>	<b>4</b>	87'741	11'766	13.41	5.40
USA	62'649	6'597	<b>69'246</b>	<b>5</b>	72'250	-3'004	-4.16	3.76
Frankreich	38'014	15'024	<b>53'038</b>	<b>6</b>	59'400	-6'362	-10.71	2.88
Russland	37'071	9'936	<b>47'007</b>	<b>7</b>	42'167	4'840	11.48	2.55
Niederlande	19'079	10'173	<b>29'252</b>	<b>8</b>	35'438	-6'186	-17.46	1.59
Schweden	13'950	3'639	<b>17'589</b>	<b>9</b>	22'419	-4'830	-21.54	0.96
Belgien	12'996	4'334	<b>17'330</b>	<b>10</b>	18'723	-1'393	-7.44	0.94

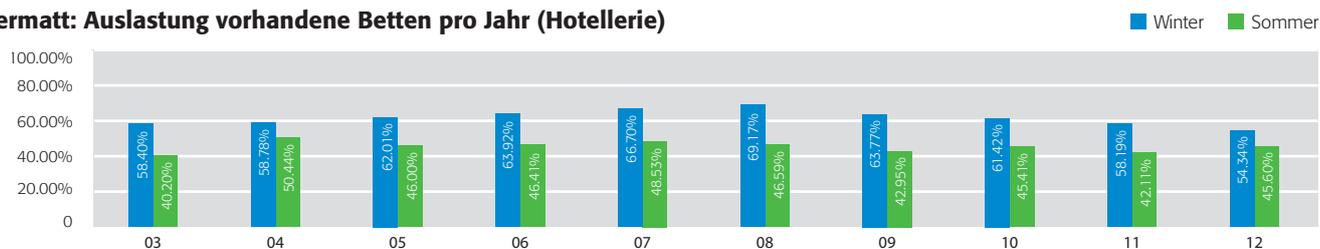
Täsch								
Deutschland	18'869	8'066	<b>26'935</b>	<b>1</b>	37'094	-10'159	-27.39	24.83
Schweiz	23'549	2'178	<b>25'727</b>	<b>2</b>	28'630	-2'903	-10.14	23.72
USA	3'282	19	<b>3'301</b>	<b>3</b>	3'085	216	7.00	3.04
Niederlande	2'321	813	<b>3'134</b>	<b>4</b>	4'118	-984	-23.90	2.89
Frankreich	2'656	457	<b>3'113</b>	<b>5</b>	3'414	-301	-8.82	2.87
Vereinigtes Königreich	2'920	193	<b>3'113</b>	<b>6</b>	2'825	288	10.19	2.87
Spanien	2'516	83	<b>2'599</b>	<b>7</b>	3'308	-709	-21.43	2.40
Polen	1'998	98	<b>2'096</b>	<b>8</b>	3'449	-1'353	-39.23	1.93
Belgien	1'631	281	<b>1'912</b>	<b>9</b>	2'031	-119	-5.86	1.76
Österreich	1'663	33	<b>1'696</b>	<b>10</b>	1'585	111	7.00	1.56

Randa								
Deutschland	1'133	3'394	<b>4'527</b>	<b>1</b>	4'852	-325	-6.70	13.36
Schweiz	2'070	1'475	<b>3'545</b>	<b>2</b>	3'059	486	15.89	10.46
Niederlande	250	1'101	<b>1'351</b>	<b>3</b>	1'079	272	25.21	3.99
Frankreich	344	155	<b>499</b>	<b>4</b>	705	-206	-29.22	1.47
Russland	348	148	<b>496</b>	<b>5</b>	361	135	37.40	1.46
Belgien	144	340	<b>484</b>	<b>6</b>	568	-84	-14.79	1.43
USA	403	80	<b>483</b>	<b>7</b>	367	116	31.61	1.43
Spanien	277	130	<b>407</b>	<b>8</b>	217	190	87.56	1.20
Vereinigtes Königreich	308	26	<b>334</b>	<b>9</b>	171	163	95.32	0.99
Österreich	287	23	<b>310</b>	<b>10</b>	252	58	23.02	0.92

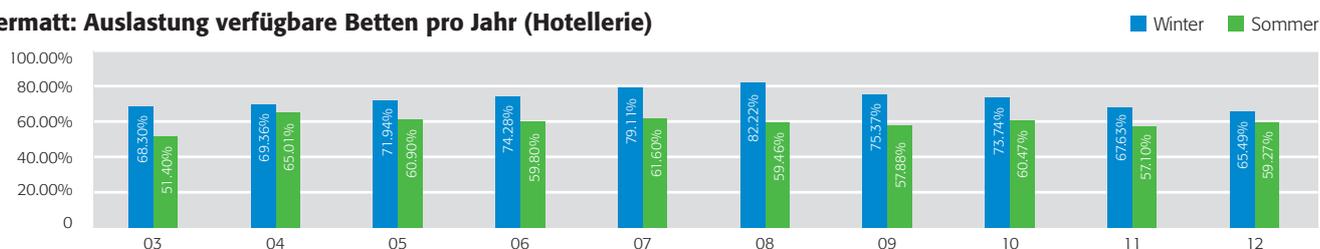
## Zermatt: Bettenbelegung Hotellerie

	Winter 2011/12	Sommer 2012	Jahr 2012
Anzahl Logiernächte	698'298	559'306	1'257'604
Vorhandene Betten	7'061	6'666	6'864
Anzahl Logiernächte pro Bett	99	84	183
Auslastung in %	54.34 %	45.60 %	50.07 %
Verfügbare Betten	5'859	5'129	5'507
Anzahl Logiernächte pro Bett	119	109	228
Auslastung in %	65.49 %	59.27 %	62.57 %

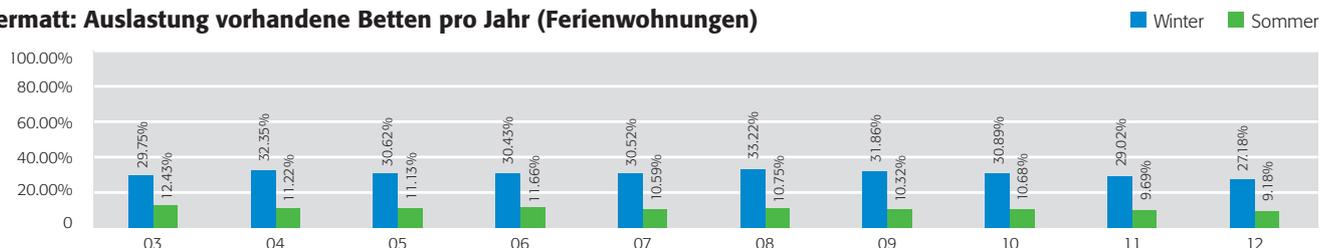
### Zermatt: Auslastung vorhandene Betten pro Jahr (Hotellerie)



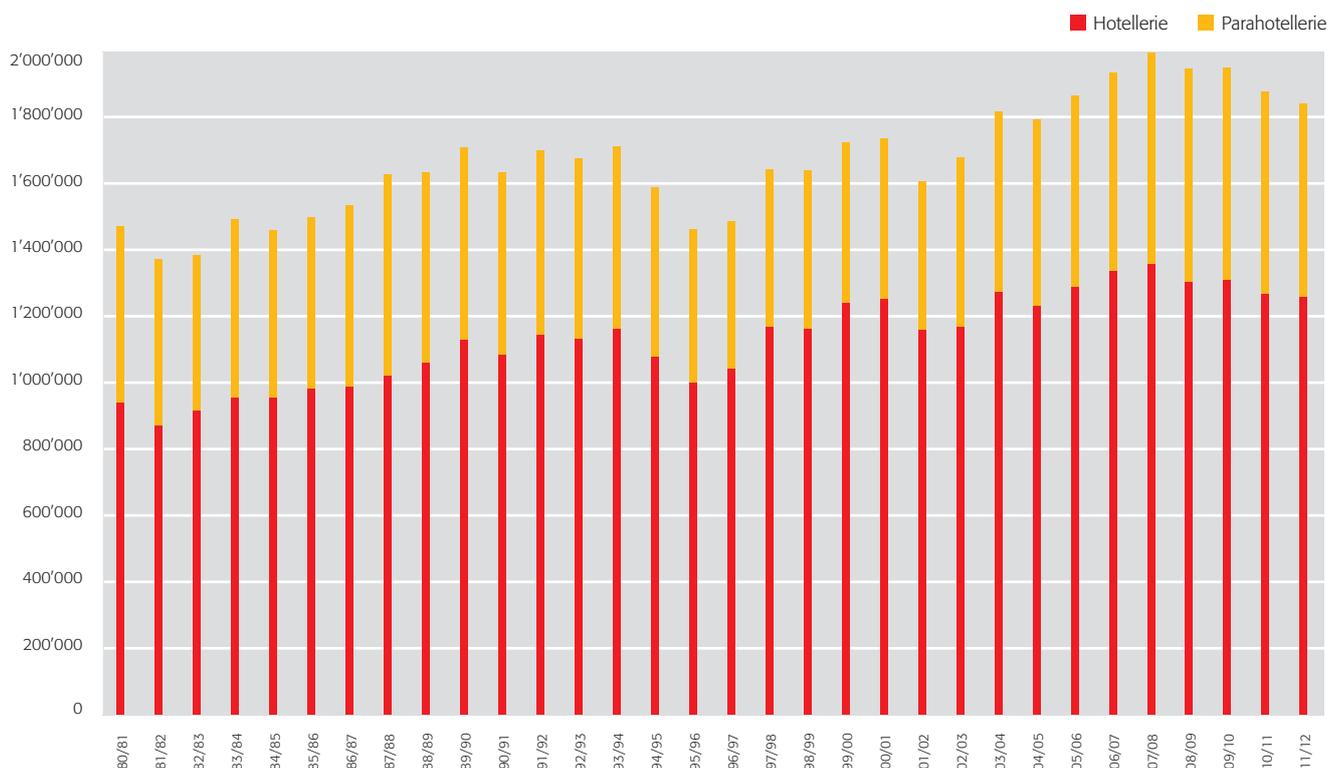
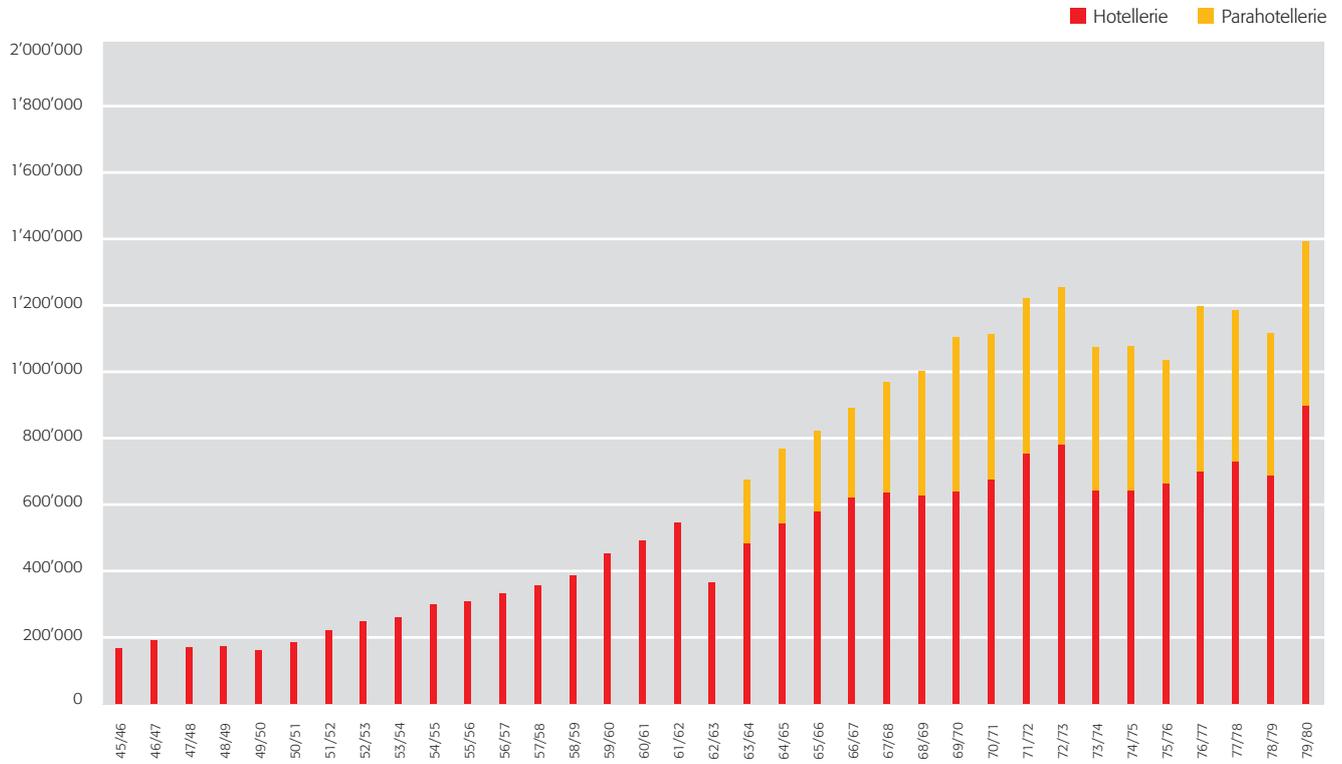
### Zermatt: Auslastung verfügbare Betten pro Jahr (Hotellerie)



### Zermatt: Auslastung vorhandene Betten pro Jahr (Ferienwohnungen)



## Zermatt: Entwicklung Logiernächte Hotellerie und Parahotellerie 1945 – 2012



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

# EINZIGARTIGE MOMENTE.



*Zermatt. No matter what*

