



Schweiz.

mit Bahn, Bus und Schiff.

Luzern, 24.09.2021

Update STS AG.

Bilder:
Erlebnisse 2021 – es geht wieder langsam aufwärts...

Wir sind in den Startlöchern....

- Wir sind nach wie vor in **Kurzarbeit** und dabei **max. 50% im Homeoffice**
- Wir agieren sehr **sparsam und gezielt** in den Märkten – und nur da, wo direkte Verkäufe konkretisiert werden können
- Unsere **Umsatzzahlen waren bis Juni sehr bescheiden:**
Bis Juni: **2019: 93 Mio.** **2020: 8 Mio.** **2021: 11 Mio.**
- Durch eine **Verkaufsförderung im Juli** konnte die Nachfrage stimuliert werden:
Bis Juli: **2019: 109 Mio.(+17%)** **2020: 9 Mio.(+12%)** **2021: 18 Mio. + 54%**
- **Top-Verkaufsländer SWISS TRAVEL PASS PROMOTION 25% Juli 2021:**
1. USA **2. Deutschland** **3. Brasilien** **4. UK** **5. Österreich**



Schweiz.
mit Bahn, Bus und Schiff.

Unsere neue Strategie ist in der Umsetzung

- Strategie, neue Strukturen und die Basis für eine neue Unternehmenskultur wurden vom VR verabschiedet – wir sind mitten in der Umsetzung
- **Aus zwei grossen Abteilungen** (Marketing & Marktmanagement) haben wir **vier neue Bereiche** gemacht (Folie 4)
- Die **GL wurde von 4 auf 3 Mitglieder reduziert** und fokussiert sich künftig auf Finanzen, Personal und Infrastruktur – **alle operativen Umsetzungen** gehen auf die **Bereiche und die Verantwortlichen in den Bereichen**
- Die Marktbearbeitung hat neu **pro Markt definierte Personas** und deren Touchpoints bei den Multiplikatoren «Medien» (Info) und «Trade» (Verkauf) im Hauptfokus. So wollen wir unsere **Ressourcen noch gezielter einsetzen.**



Schweiz.
mit Bahn, Bus und Schiff.

Vier Bereiche als Basis für eine interdisziplinäre, ganzheitliche Umsetzung der Mandatsaufträge.

Unternehmensführung (inkl. Budgets, Strategie, HR, Business Development)



Verstärkte
Zusammen-
arbeit
in Projekten

Mandatsgeber einen klaren Mehrwert bieten, Bedürfnisse abholen und Wissenstransfer sicher stellen

Steuerung und Koordination für einen optimalen Ressourceneinsatz zur Zielerreichung

Professionelle Bereitstellung und Umsetzung der Marketing-Kommunikation (Interne Agentur)

Mehrertrag generieren durch optimale Marktbearbeitung, Marktnähe und Markt-Knowhow

Buyer Persona

Michèle Huber / 35 / Frankfurt / Germany



Schweiz.



SOCIO-DEMOGRAPHICS

Education: self employed

Status: single

Children: no kids

Yearly Income: CHF 80'000

Native Language: German

Foreign Languages: english, french,
italian basic level

Specialities: high interest of swiss cities in
combination with surrounding nature, very
active on social media, own blog

Cultural values: individualism,
diversification, flexibility, very socialbe

TRAVEL STYLE

Individual

Group

Family

Friends

Public Transport

Car, Coach

Relaxed

Active

City

Nature

Heavy Luggage

Light Luggage

Organised

Spontaneous

Attractions

Hidden Gems

Touring

Destination

Returning

Once a lifetime

TRAVEL BEHAVIOUR

Travel month(s): All-year
around

Switzerland: Single
Destination

Arrival from: By train; gateway,
Basel or Zurich HB

Ticket: DB Sparbillette, point to
point tickets, SBB Sparbillette

Destinations: Zürich, Basel, Bern,
Bernese Oberland, Wallis, Tessin

Mountain Excursions: -

Train-Journeys: Mainly between
cities

Boatrides: none

Spending per day: CHF 200

"The cultural diversity in the Swiss
cities and the gastro-nomic
offerings are fantastic. The
proximity to the breathtaking
nature is unique. If only
Switzerland wasn't so expensive.
The train brings me conveniently
from city to city."

EXPECTATIONS

- To experience a new adventure every day,
whether in the city or in nature

TRAVEL INTERESTS

- Cities first priority especially for shopping,
cultural activities, going out
- To be active in nature (and in the city) like
hiking, cycling,...
- Transportation should be reliable and as
short as possible

DREAM

Max. 4 months in advance

PLAN

Max. 4 months in advance

BOOK

1-2 months in advance

TRAVEL

2-5 days

Customer Journey

Michèle Huber / 35 / Frankfurt / Germany



Schweiz.
mit Bahn, Bus und Schiff.



"I can easily book everything I need for a trip to Switzerland online at any time - fantastic. This way I stay flexible and can adjust my trip at any time."

Dream

Plan

Book

Travel

Share

Unsere definierten
Touchpoints

Online-Touchpoints

- Lonely planet
- FAZ
- Süddeutsche
- Youtube
- Instagram

- Google
- Tripadvisor
- Booking.com
- Travel blogs
- Magazines (Geo, Merian, Bergwelten)

- Bahn.de
- Trainline.com
- Destination website
- Booking.com
- Hotel website

- Instagram
- Sbb.ch
- Tripadvisor
- Apps/Ecosystem destinations/attractions

- Instagram
- Own blog

Offline-Touchpoints

- Family/Friends
- Office colleagues

- Travel magazines
- Friends

- none

- POS Switzerland
- Get your guide "city guide"

- Family / Friends
- At work

Swiss Travel System Excellence Program: Ein tolles Instrument im richtigen Moment.



Number of registrations.

Total number on top followed by numbers per user group

3760

Total number of registrations
▲ 57 more than 2 weeks ago

Courses

Number of registered users who have completed the course

1493

Basics

1174

Advanced

925

Expert

3063

Travel agents /
Tour operators

11

Guuru chat
supporters

81

Journalists /
Influencers

Tests

Number of registered users who have passed the test

965

Basics

860

Advanced

781

Expert

26

Employees of
tourism
organisations

200

Employees of
transportation
companies

49

Employees of
STS and ST

330

Others

Top 10 markets by registration

1. India (781 users)
2. United States (649 users)
3. China Mainland (486 users)
4. Switzerland (293 users)
5. Brazil (229 users)
6. Canada (204 users)
7. Australia (124 users)
8. Malaysia (100 users)
9. Germany (90 users)
10. Thailand (67 users)



Schweiz.
mit Bahn, Bus und Schiff.