

STS AG Update für RDK

travel swi+zerland

Fiescheralp, 27.08.2024



«Thank
you!»

Herzlich willkommen Sara!

- **Wir freuen uns auf Sara Roloff, unsere neue CEO STS AG ab Januar 2025.**
- 2020 – 2023 bei ST in verschiedenen Funktionen - zuletzt Director Japan / Director Asia Pazific
- Sara startet am 1.11.24 und macht zwei Monate Einführung in die ÖV Welt
- Am 1.1.2025 übernimmt si die operationelle Führung der STS AG und wird mich ab dann in der RDK vertreten.



Die ÖV-Stimmung ist aktuell sehr positiv.

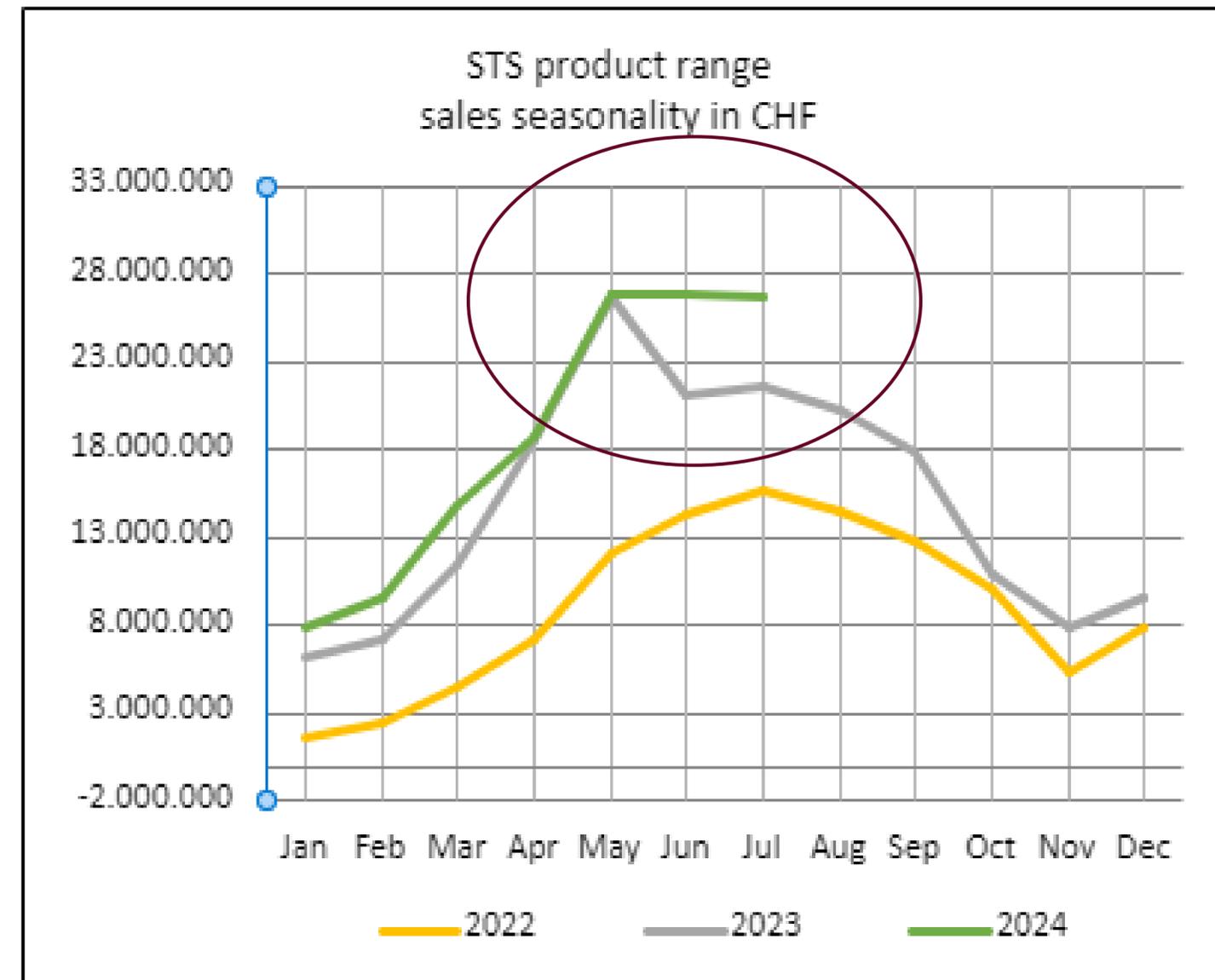
- **Die Nachfrage nach ÖV Schweiz ist weiter stark über den Erwartungen.**

Umsatzziel Ziel 2024: CHF 388 Mio.

Aktueller Forecast 2024: ca. CHF 450 (+ 15%)

Vergleich 2019: CHF 250 Mio.

- **Trend: Vom Matterhorn (kurze Hochsaison) zum Tafelberg (lange Hochsaison)**
- Die Top-Märkte im Produkt Swiss Travel Pass:
 - 1. USA (CHF 40 Mio vs. CHF 29 Mio im 2023)**
 2. India (CHF 19 Mio vs. CHF 15 Mio im 2023)
 3. Greater China (CHF 18 Mio vs. CHF 11.4 Mio)





**Wir erweitern unser Team:
+ 1 Mitarbeiter in Bangkok
+ 1 Mitarbeiter in Hong Kong**

Daran arbeiten wir aktuell (inkl. Beispiel)

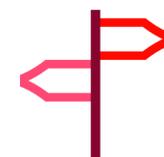
1. Endkonsumentenbearbeitung gezielt aufbauen



2. Innovationen bewusst fördern

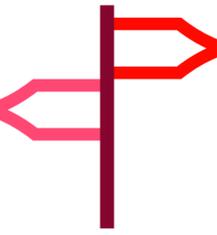


3. Lenkungscompetenz aufbauen



4. Neue Markenstrategie konsequent umsetzen





3. Lenkungs Kompetenzen aufbauen

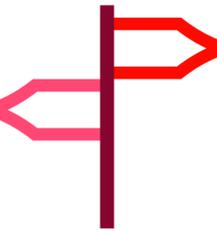
Wir brauchen Instrumente und Angebote, um die Lenkung der Reiseströme bewusster zu steuern (Nebensaison, Hidden Gems, alternative Reiserouten).

- 07/08.2024: **Projektstart «Scenic Exursions»**

Zusammen mit einzelnen Pilotdestinationen (ZH, LU, BS, Interlaken) wird eine Lösung zu folgenden Herausforderungen angegangen:

- **«Stay longer»:** *Wie kann Aufenthaltsdauer von 1.7 Nächten erhöht werden?
(Obwohl seit Jahren Ausflüge in die nahen Berge promotet werden)*
- **«Gepäckstress»:** *Wie können Reisen ohne Gepäck stärker gefördert werden?*
- **«Ausgebucht»:** *Wie können ausgebuchte Strecken optimal ersetzt werden?*

Drei persönliche Erlebnisse – und drei Fragen dazu:



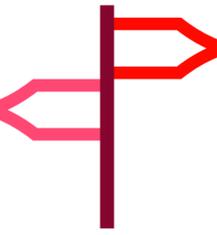
*Was gibt es bei Euch innerhalb
230km oder einer Fahrzeit von 4 –
5 Stunden zu erleben?*



*Ab wann ist es Dir in einem Hotel
und einem Ferienort so richtig
wohl?*



*Ist ständiges Reisen mit Gepäck
wirklich ein Highlight?*



Drei mögliche Lösungsansätze:

- **Erlebnisregion:**

Wo hört eine Erlebnisregion auf?

Denken wir aus Sicht der Gäste oder aus Sicht der Geldgeber?

- **Check-In/Check-Out & Check-In/Check-Out & Check-In/Check-Out**

Sollten wir unser bisheriges Vorgehen bei Studien-/Medienreisen und bei Partnerpräsentationen z.B. an STE's hinterfragen?

Wollen wir alle, dass Gäste länger in einzelnen Destinationen bleiben?

- **Let's try**

In welchen Überseemärkten könnte man starten und bewusst Destinationen als Hub vermarkten – und dann Resultate sauber evaluieren?

- **Nächste Schritte folgen – ein Update auch....**

Danke für alles
– und weiterhin allen viel Spass & Erfolg!

travel swi+zerland