Zürich, 25. Mai 2023

**The ride of a lifetime: Die erfolgreichste Schweiz Tourismus Kampagne.**

**Schweiz Tourismus (ST) gelingt mit der weltweit ausgespielten Kampagne für Zugreisen die erfolgreichste Marketingmassnahme in ihrer Geschichte. Zum dritten Mal in Folge im Mittelpunkt steht dabei der globale Markenbotschafter von ST, Roger Federer. Er ist dabei an der Seite von Comedian Trevor Noah zu sehen. Das Video wurde bis heute über 82 Millionen Mal aufgerufen. Mit einem Umsatzplus von 59 % an verkauften Swiss Travel Passes (STP) im Vergleich zur Vorjahresperiode,** **wurde im Rahmen einer Promotion eine neue Bestmarke von Bahnreisebilletts für internationale Gäste aufgestellt.**

Ausgespielt wurde die neuste ST-Kampagne weltweit, mit Schwerpunkt auf den Herkunftsmärkten USA, Indien, Korea, Südostasien, Greater China (mit Hongkong und Taiwan), das Vereinigte Königreich und Deutschland. Beworben wurden die Schweiz und ihre «Grand Train Tour of Switzerland», die man am besten mit dem Swiss Travel Pass (STP) erlebt. Dieser fungiert für internationale Gäste als Ferien-Generalabonnement auf dem Schweizer ÖV-Netz. Die Verkaufszahlen widerspiegelten die Kampagnenschwerpunkte: Die Top 3 der verkaufsstärksten Märkte sind die USA, gefolgt von Indien und schliesslich Korea. Wenn auch hinsichtlich YouTube Views in den ersten zwei Monaten noch nicht an den Erfolg aus dem Vorjahr angeknüpft werden konnte («No one upstages the Grand Tour of Switzerland», 102 Mio. Views innerhalb eines Jahres), zeigt sich der Chief Marketing Officer von ST und Werber des Jahres 2023, André Hefti, zufrieden: «Durch starkes Storytelling haben wir es geschafft, dass sich die Leute fast vier Minuten Bilder unserer schönen Schweiz angesehen haben. Das ist Weltklasse!». Der Film stiess national wie international auf überwältigendes Feedback: 99 % der Kommentare sind positiv.

**Plattformspezifische Storyline**

Neu an der Kampagne war die plattformspezifische, massgeschneiderte Storyline auf TikTok. In den von der Zürcher Wirz Group konzipierten Inhalten wurde in humorvoller Weise auf Thema Bahnreisen aufmerksam gemacht und diese generierten so schon vor dem Launch erste Aufmerksamkeit. Wirz, unter der Leitung von Livio Dainese, CO-CEO und Werber des Jahres 2018, war zum dritten Mal verantwortlich für die Kampagnenidee mit Botschafter Roger Federer.

Flankiert wurden die Social-Media-Massnahmen auf internationaler Ebene mit einem Wettbewerb, welcher auf grossen Anklang stiess. Teilnehmerinnen und Teilnehmer konnten dabei eine Reise in die Schweiz und einen Trip auf der «Grand Train Tour of Switzerland» gewinnen. Der Wettbewerb generierte Leads im sechsstelligen Bereich. Für die Distribution der Kampagne zeigte die ebenfalls in Zürich ansässige Agentur Sir Mary verantwortlich. Neues wagte man hier im dritten Film mit Roger Federer mit dem unkonventionellen Ansatz, bei der Distribution des Clips nur auf die Videoplattform YouTube zu setzen. Nur dort war der Film in seiner ganzen Länge zu sehen. Die Zusammenarbeit mit den beiden Agenturen führte für ST zum gewünschten Resultat. ST-Direktor Martin Nydegger: «Wir sind sehr zufrieden mit dem Verlauf der Kampagne. Dass die Schweiz nicht nur das Land mit unvergleichlicher Natur und Kultur auf engstem Raum ist, sondern auch moderne und nachhaltige Reiseoptionen bietet, trifft den Nerv der Zeit bei unseren Gästen. Unsere Kampagne tut dies auf unterhaltsame Art und Weise – und sehr erfolgreich». Basis ebendieses Erfolgs war einmal mehr die enge und konstruktive Zusammenarbeit mit Roger Federer und – in diesem Fall - Trevor Noah.

**Swiss Travel Pass: Verkaufstärkstes Wochenende seit Bestehen**

Durch die Abverkäufe des international in der Kampagne beworbenen Swiss Travel Pass (STP) konnte die Effektivität einer ST-Kampagne zum ersten Mal unmittelbar gemessen werden. Allein in den letzten drei Tagen der Aktion wurde ein Verkaufsumsatz im mittleren einstelligen Millionenbereich generiert, womit diese dann auch die drei verkaufsstärksten Tage seit Bestehen des STP darstellen. Dazu Andreas Niederhauser, Head of Marketing Coordination bei der Swiss Travel System AG (STS): «Die Promotion in Zusammenarbeit mit ST befeuerte den aktuellen Trend zu Bahnreisen zusätzlich. Dies widerspiegelt sich in den Zahlen der für uns erfolgreichsten Kampagne aller Zeiten, was uns natürlich über alle Massen freut». Bemerkenswert: Drei Viertel der zukünftigen Gäste geben an, ihre Reise in den nächsten drei Monaten antreten zu wollen, was gerade bei den STP-umsatzstärksten Märkten USA, Indien und Korea untypisch ist. Die Promotion löste hier also ein unmittelbares Reisebegehren aus, haben Gäste aus Fernmärkten doch ansonsten traditionell eine längere Vorlaufzeit in ihrer Reiseplanung.

***Die «Grand Train Tour of Switzerland» auf einen Blick:***

* *Eine Rundreise von 1’280 Kilometern durch die Schweiz, die an den grössten Highlights des Landes vorbeiführt*
* *8 Etappen, vorbei an 11 Seen und 5 UNESCO-Welterbestätten der Schweiz, inklusive Bernina Express auf der Unesco-Welterbestrecke*
* *21 Bergexkursionen entlang der Rundreise, zum Beispiel am Fusse des weltberühmten Matterhorns*
* *Der höchstgelegene Bahnhof Europas, das «Jungfraujoch – Top of Europe» auf 3'454 Meter über Meer*
* *Die Bernina-Linie / der Bernina Express ist mit 2'253 Meter über Meer die höchstgelegene Zugverbindung Europas (Höhe gemessen beim Bernina Hospiz)*

[Film «I need the ride of a lifetime» (YouTube)](https://youtu.be/5JK7vjVaIvo)

**Bildmaterial (© Schweiz Tourismus):**

* [Fotos vom Dreh (Behind the Scenes)](https://sam.myswitzerland.com/pinaccess/pinaccess.do?pinCode=PplcpmxnxqvH)
* [Impressionen der Grand Train Tour of Switzerland](https://sam.myswitzerland.com/pinaccess/showpin.do?pinCode=MFvIuMSsDt5c)

**Faktenblatt / Kampagnenseite**

* [Faktenblatt «Grand Train Tour of Switzerland»](https://www.stnet.ch/app/uploads/2023/05/factsheet-gttos_61141385-1.pdf)
* [Landingpage «Grand Train Tour of Switzerland»](https://www.myswitzerland.com/de-ch/erlebnisse/erlebnisfahrten/bahn-bus-schiff-grand-train-tour/grand-train-tour-of-switzerland/)

**Schweiz Tourismus (ST)**

ST ist eine öffentlich-rechtliche Körperschaft des Bundes und ist mit der Förderung der touristischen Nachfrage für das Ferien-, Reise- und Kongressland Schweiz im In- und Ausland beauftragt. Die Entwicklung und Umsetzung nachfragewirksamer Marketingprogramme und die Profilierung der starken, klassisch-modernen Tourismusmarke Schweiz landes- und weltweit stehen im Mittelpunkt.

ST arbeitet in enger Zusammenarbeit mit der Tourismusbranche, welche ungefähr die Hälfte des Budgets beisteuert. Die andere Hälfte besteht aus Bundesgeldern. Die Organisation arbeitet kunden- und marktorientiert und wird nach betriebswirtschaftlichen Kriterien geführt.

Weltweit ist ST mit rund 279 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern (255 FTEs), verteilt auf 35 Büros, in 23 Märkten präsent.

**Swiss Travel System AG (STS)**

Die Swiss Travel System AG in Zürich ist eine Marketing-Gesellschaft, die von den SBB, Schweiz Tourismus und fünf Schweizer Transportunternehmungen des öffentlichen Verkehrs im Jahr 2011 gegründet wurde. Ihr Auftrag ist es, die Auslandvermarktung des öffentlichen Verkehrs der Schweiz zu bündeln und gezielt zu steuern. Zu den Kernaufgaben zählen die weltweite Vermarktung des nationalen Verkehrs und des Incoming-Fahrausweissortiments sowie die Förderung des grenzüberschreitenden Verkehrs aus den Nachbarländern.

**Weitere Auskünfte an die Medien erteilt:**

Markus Berger, Leiter Unternehmenskommunikation

Telefon: +41 (0)44 288 12 70, E-Mail: [markus.berger@switzerland.com](mailto:markus.berger@switzerland.com)

Medienmitteilung und weitere Informationen unter: [MySwitzerland.com/medien](http://www.myswitzerland.com/medien)