

# STC: Vom Gegen- zum Aufwind

Switzerland Travel Centre (STC), der grösste Reiseveranstalter für Ferien in der Schweiz, blickt nach einem herausfordernden Jahr positiv in die Zukunft.



Das Reisen mit dem ÖV soll im Rahmen der Nachhaltigkeitsstrategie in Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus gefördert werden. Der Trend geht klar in Richtung Conscious Traveling.

Bild: STC

Aufgrund der Coronavirus-Restriktionen im Jahr 2020 reduzierte sich der Umsatz von [Switzerland Travel Centre \(STC\)](https://switzerlandtravelcentre.com/de/che/) gegenüber dem Vorjahr um 66 Millionen auf 29 Millionen Schweizer Franken. Den grössten Umsatzrückgang verzeichneten die Standorte Hongkong (-95%) und London (-90%), wo kaum Umsätze generiert werden konnten und sich die Lage zum Teil aufgrund fehlender Staatshilfen besonders schwierig gestaltete.

*Wir hatten im vergangenen Jahr nur Gäste aus der Schweiz und Deutschland, alle anderen Märkte waren inexistent*

Michael Maeder, CEO Switzerland Travel Center

Die zwei übrigen Standorte Stuttgart (-60%) und Zürich (-50%), meisterten das Jahr dank Kurzarbeit und mit gewissen, wenn auch reduzierten Umsätzen relativ gut, schreibt der offizielle Reiseveranstalter für Ferien in der Schweiz in einer Mitteilung. Dennoch musste das Unternehmen seinen Personalbestand anpassen. Insgesamt mussten 130 Vollzeitstellen auf 80 reduziert werden, was einem Abbau von knapp 40 Prozent entspricht.

«Wir hatten im vergangenen Jahr nur Gäste aus der Schweiz und Deutschland, alle anderen Märkte waren inexistent. Das entsprach natürlich nicht unseren ursprünglichen Erwartungen für das Jahr 2020. Dank unseren hohen Reserven steht Switzerland Travel Centre aber nach wie vor auf stabilen Beinen. Ein weiteres solches Corona-Jahr wäre jedoch unternehmerisch herausfordernd. Zugleich hat dieses Jahr unseren Mitarbeitenden sehr viel abgefordert und wir sind dankbar, auf so ein loyales, motiviertes Team zählen zu dürfen», so CEO Michael Maeder.

### **Ausblick: Menschen wollen und werden reisen**

Mit Ausblick auf die Zukunft geht das Unternehmen davon aus, dass im Freizeitbereich kein Paradigmawechsel stattfindet: «Die Menschen wollen und werden mehr reisen, sobald es wieder möglich ist», prognostiziert Michael Maeder. Für die Erholung der Branche sei die Entwicklung der Lage in den kommenden Wochen entscheidend.

Im Sommer 2021 erwartet der Reiseveranstalter wiederum viele Schweizer Gäste, doch auch Reisende aus Deutschland und weiteren Nachbarländern. Auch werden Gäste aus Grossbritannien und aus den USA hoffentlich nach und nach zurückkehren.

### **Rundreisen, Hotel-Specials und Outdoor-Erlebnisse**

Thematisch will STC auf Schweiz-Rundreisen, attraktive Hotelangebote, Aktivreisen mit Wander- und Bike-Möglichkeiten, auf Camper-Rundreisen entlang der Grand Tour of Switzerland sowie auf Bergausflüge und Wellness setzen.

Ebenso soll das Thema Nachhaltigkeit noch mehr in den Vordergrund rücken, zum Beispiel durch die Zusammenarbeit mit spezifischen Hotels und der Förderung der ÖV-Anreise. So beteiligt sich Switzerland Travel Centre aktiv an «Swisstainable», der Nachhaltigkeitsstrategie von Schweiz Tourismus: «Das Thema Nachhaltigkeit wird auch nach Corona bei den Reisenden von grosser Wichtigkeit sein. Wir sehen klar einen Trend in Richtung Conscious Traveling», so Michael Maeder.

### **Digitalisierungsschub eingeleitet**

Einen verstärkten Schwerpunkt bildet auch die Digitalisierung respektive die Online-Buchbarkeit des Angebotportfolios von STC. Schweiz-Rundreisen können dynamisch über das Tool von Nezasa zusammengestellt und gebucht werden. Swiss Travel Pässe, Bergbahn-Tickets und Regionalpässe sind als E-Tickets erhältlich.

In den kommenden Wochen soll es zudem technologisch möglich werden, nationale und internationale Bahntickets mit Hotelangeboten zu kombinieren. Das gesamte Schweiz-Angebot sowie die über 2000 Hotels sind online buchbar.

Besonders im Markt Schweiz bilden Kooperationen mit starken Partnern ein zentrales Standbein von STC. Mit Schweiz Tourismus, Coop, Migros/Cumulus, SPAR, Lidl Schweiz, der SBB und weiteren Brands werden laufend attraktive Hotel-Angebote gebündelt und breit kommuniziert. (htr/npa)

Publiziert am Donnerstag, 03. Juni 2021