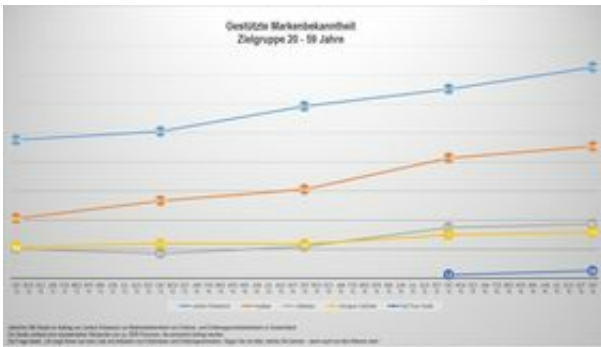


JOCHEN SCHWEIZER BAUT VORSPRUNG IN MARKENBEKANNTHEIT SOWIE MARKTFÜHRERSCHAFT WEITER AUS UND BEGINNT INTERNATIONALE EXPANSION

31.01.2017 – **TEXT**

- **2016 erstmalig über 75 Millionen Euro Umsatz allein in der Digitalsparte der Unternehmensgruppe**
- **Digitalisierung der Freizeitbranche bleibt wichtiger strategischer Fokus**



Markenbekanntheit der Erlebnisanbieter in Deutschland (Quelle: GfK)

gutes Weihnachtsgeschäft verbuchen, sondern über das gesamte Jahr ein zweistelliges Digitalwachstum“, sagt Jochen Schweizer, Gründer und Active Chairman der Unternehmensgruppe. „Dieses gute und plankonforme Ergebnis führe ich auf unsere Marketingstrategie sowie der ausschließlichen Ausrichtung aller Dienstleistungen an den Bedürfnissen unserer Kunden und Partner zurück.“

„Durch zahlreiche Erlebnisanlagen der Jochen Schweizer Projects AG und insbesondere die neue Jochen Schweizer Arena in München, geben wir unserer Marke ein Zuhause und generieren weit mehr Authentizität und Glaubwürdigkeit, als dies alleine durch TV-Werbekampagnen möglich wäre“, so Jochen Schweizer weiter.

Markenbekanntheit in der Kernzielgruppe bei über 70 Prozent

Sowohl in der gestützten, als auch in der ungestützten Markenbekanntheit konnte die Unternehmensgruppe den Vorsprung zu den wichtigsten Marktteilnehmern weiter ausbauen und liegt mit einem Vorsprung von knapp 30 Prozent vor dem nächsten Wettbewerber (siehe Anlage-Grafik zur aktuellen GfK Studie).

Denn die Marke Jochen Schweizer steht für das Erlebnis an sich und nicht nur für Geschenk-Gutscheine. Schon jetzt sind hunderttausende Erlebnistermine online in Realzeit buchbar und somit beantwortet Jochen Schweizer nicht nur die Frage „Was schenke ich?“, sondern auch die Frage „Was wollen wir morgen unternehmen?“. Die Marke ist damit auf den Buchungsoberflächen jochen-schweizer.de und der Jochen Schweizer App ein Ort der Inspiration für alle Menschen, die selbst etwas erleben wollen.

Mit dem integrierten Erlebnisreiseanbieter „HipTrips“ bietet Jochen Schweizer seinen Kunden die Möglichkeit,

München, 31. Januar 2017 – Die Jochen Schweizer

Unternehmensgruppe baute im Jahr 2016 ihre Marktführerschaft als Erlebnisanbieter weiter aus und setzte erstmalig über 75 Millionen Euro in der Digitalsparte der Unternehmensgruppe um. 2017 stehen mit der Eröffnung der Jochen Schweizer Arena in Taufkirchen bei München sowie der Eröffnung der ersten Jochen Schweizer Surf-Arena in Luzern in der Mall of Switzerland zwei weitere Meilensteine an.

„2016 war ein hervorragendes Jahr für die Jochen Schweizer Unternehmensgruppe. Wir konnten nicht nur ein erneut sehr

gutes Weihnachtsgeschäft verbuchen, sondern über das gesamte Jahr ein zweistelliges Digitalwachstum“, sagt

Jochen Schweizer, Gründer und Active Chairman der Unternehmensgruppe. „Dieses gute und plankonforme Ergebnis führe ich auf unsere Marketingstrategie sowie der ausschließlichen Ausrichtung aller Dienstleistungen an den Bedürfnissen unserer Kunden und Partner zurück.“

„Durch zahlreiche Erlebnisanlagen der Jochen Schweizer Projects AG und insbesondere die neue Jochen Schweizer Arena in München, geben wir unserer Marke ein Zuhause und generieren weit mehr Authentizität und Glaubwürdigkeit, als dies alleine durch TV-Werbekampagnen möglich wäre“, so Jochen Schweizer weiter.

Markenbekanntheit in der Kernzielgruppe bei über 70 Prozent

Sowohl in der gestützten, als auch in der ungestützten Markenbekanntheit konnte die Unternehmensgruppe den Vorsprung zu den wichtigsten Marktteilnehmern weiter ausbauen und liegt mit einem Vorsprung von knapp 30 Prozent vor dem nächsten Wettbewerber (siehe Anlage-Grafik zur aktuellen GfK Studie).

Denn die Marke Jochen Schweizer steht für das Erlebnis an sich und nicht nur für Geschenk-Gutscheine. Schon jetzt sind hunderttausende Erlebnistermine online in Realzeit buchbar und somit beantwortet Jochen Schweizer nicht nur die Frage „Was schenke ich?“, sondern auch die Frage „Was wollen wir morgen unternehmen?“. Die Marke ist damit auf den Buchungsoberflächen jochen-schweizer.de und der Jochen Schweizer App ein Ort der Inspiration für alle Menschen, die selbst etwas erleben wollen.

Mit dem integrierten Erlebnisreiseanbieter „HipTrips“ bietet Jochen Schweizer seinen Kunden die Möglichkeit,

mittels eines „Dynamic Packaging Systems“ jeden beliebigen Reisebaustein rund um den Kern – das Erlebnis – selbst zu konfigurieren oder eine bereits paketierte Erlebniskurzreise, wie z.B. „Adrenalin Berlin“ oder viele andere Städtetrips direkt online zu buchen.

Über die strategischen Beteiligungen an Regiondo sowie der Freizeitcommunity Spontacts forciert die Gruppe die Digitalisierung der Freizeitmärkte in zahlreichen Ländern, in denen Beteiligungsgesellschaften bereits am Markt sind.

„Regiondo Pro bietet allen Veranstaltern eine universelle Schnittstelle , die die Terminverwaltung deutlich erleichtert und den Kunden die termingebundene Online-Buchung von Erlebnissen auf Jochen Schweizer.de und der Jochen Schweizer App ermöglicht. Als Veranstalter nutzt auch die Jochen Schweizer Arena in München Regiondo Pro zur Verwaltung und Terminierung aller Kundentermine in Welle, Windtunnel, Hochseilklettergarten, Zipline Parcours und vielen weiteren Erlebnisbausteinen in dieser weltweit einzigartigen Erlebnisdestination“, so Unternehmensgründer Jochen Schweizer.

"In den nächsten Jahren machen wir Jochen Schweizer vom Marktführer für Erlebnisse in Deutschland zum Market Leader for Leisure Experiences zunächst in Europa und dann weltweit", definiert der Unternehmer seine nächsten Ziele.

Über die Jochen Schweizer GmbH

Die Jochen Schweizer GmbH, gegründet 1987 von Jochen Schweizer selbst, hat es sich zur Aufgabe gemacht, mit ihren Erlebnissen ein echter Wegbegleiter für die Menschen zu sein, der immer da ist, wenn sich das Leben in der Routine verliert. Dafür vermittelt das Unternehmen tausende unterschiedliche Erlebnisse, Erlebnisreisen und Erlebnisgeschenke in Deutschland, Österreich und der Schweiz – für jeden Geschmack, jeden Anlass und jedes Alter. Erhältlich sind sämtliche Erlebnisangebote online auf www.jochenschweizer.com, in 37 eigenen Jochen Schweizer Shops sowie im Einzelhandel. Im Oktober 2017 wurden Jochen Schweizer und mydays, die beiden führenden Brands auf diesem Markt, unter dem Dach der JSMD Group vereint. Die Gruppe, zu der auch die Tochterunternehmen Jochen Schweizer Technology Solutions GmbH, Spontacts GmbH, Hip Trips GmbH und Regiondo GmbH zählen, ist seitdem Mitglied der ProSiebenSat.1 Media SE.