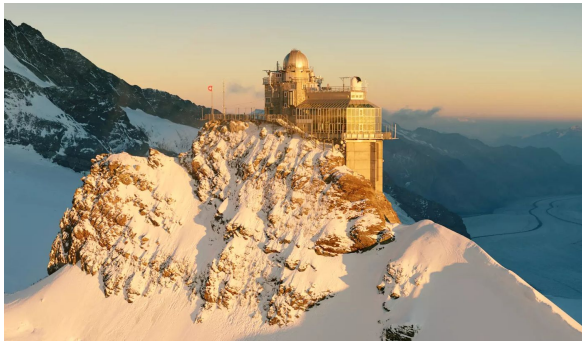


# Jungfraubahnen: mehr Online-Umsatz für das Jungfraujoch



Die Jungfraubahnen Management AG ist ein führendes touristisches Unternehmen und das bedeutendste Bergbahnunternehmen der Schweiz. • [jungfrau.ch](https://www.jungfrau.ch)



Wordspiel ist die erste Schweizer Digital-Marketing-Agentur, die komplett auf Remote Work gesetzt hat – seit 2015. Ein Team aus 100% Seniors unterstützt Unternehmen wie Migros, Swisscom und WordPress mit digitaler Werbung, Conversion-Optimierung und Strategie.

## Die Herausforderung: nur wenige der Tickets online verkauft

Die Bergbahn-Tickets für das weltweit bekannte Schweizer Ausflugsziel «Jungfraujoch» wurden primär offline an den Ticketschaltern verkauft. Das führte in Stosszeiten zu Warteschlangen an den Kassen. Obwohl die Tickets online über die Website erworben werden können, kaufte nur ein Bruchteil der vielen Websitebesucher ihr Bergbahn-Ticket auf der Website.

## Die Lösung: Landingpage des Jungfraujochs verbessert

Weil es technisch nicht möglich war, den Onlineshop innert nützlicher Frist zu verbessern, entschieden wir uns, weiter vorne zu optimieren: auf der Landingpage des Jungfraujochs. Mittels mehrerer Expert Walkthroughs identifizierten wir Schwachstellen und Optimierungspotenziale auf der Landingpage. Die daraus resultierenden Optimierungen stellte die Agentur in einem A/B-Test auf die Probe.

## Das Ergebnis: mehr Umsatz mit dem gleichen Traffic

Mit der optimierten Jungfraujoch-Landingpage generierten wir 14% mehr Ticket-Verkäufe. Ohne dabei den Traffic zu erhöhen. Seither ist die Conversion Rate Optimierung (CRO) bei den Jungfraubahnen ein stetiges Thema. Und so sind weitere Initiativen zur Verbesserung der Conversion-Performance geplant.

## Das Projekt

- **Fokus:** Optimierung der Landingpage für das Jungfraujoch
- **Team:** Jungfraubahnen: Matthias Bütler (CMO), Achim Schneider (Online Marketing Manager) - Wortspiel: Stefan Vetter (CEO) | Erik Blatter (Head of Conversion Optimization) | Nils Kattau (externer Consultant)
- **Video:** [wortspiel.com/jungfraubahnen-case](https://www.wortspiel.com/jungfraubahnen-case)

*«Die KPIs stimmen – dank Wortspiel konnten wir sowohl Conversion Rate als auch Return on Ad Spend markant erhöhen.»*

–Matthias Bütler, CMO Jungfraubahnen

---

# +14%

Online-Verkäufe

---