

Swiss Travel System.



2018.

Geschäftsbericht.

# Inhalt.

<b>Inhalt.</b>	<b>2</b>
Editorial.	3
Kennzahlen 2018.	4
<b>Aus dem Marketing.</b>	<b>6</b>
Die STS AG kurz erklärt.	8
Meilensteine und Herausforderungen.	9
Grand Train Tour of Switzerland.	10
<b>Aus den Märkten.</b>	<b>12</b>
Globale Marktbearbeitung.	14
Globale Umsatzentwicklung KPI STS AG.	15
Marktentwicklungen.	16
Marktradar STS und «Railticketing Übriges».	17
Impressionen aus dem Marktmanagement.	18
<b>Bericht und Zahlen.</b>	<b>20</b>
Bericht der Revisionsstelle.	22
Bilanz 2018.	23
Erfolgsrechnung 2018.	24
Anhang zur Jahresrechnung 2018.	25
<b>Organisation.</b>	<b>26</b>
Der Verwaltungsrat.	26
Die Geschäftsleitung.	26
Das Team.	27
Das STS AG-Team im Einsatz.	28
<b>Mit Zuversicht in die Zukunft.</b>	<b>29</b>



Armin Weber vor dem Roten Pfeil

## «Wir schauen auf ein interessantes Jahr 2018 zurück.»

Mit einer optimierten Organisation ist die STS AG in das Jahr 2018 gestartet. Mit dieser neuen Aufstellung können wir die zunehmende Anzahl an Projekten erfolgreich bewältigen und gleichzeitig die Vermarktung des Schweizer ÖV noch professioneller umsetzen.

Digitalisierung ist auch für die STS AG zu einem zentralen Thema geworden. So wurden die Digitalisierung der Vermarktung weiter aktiv gefördert und zusammen mit den SBB erfolgreich eine mobile, digitale Plattform zur Planung und Begleitung der Reisenden realisiert. Auch die Einführung der neuen Vertriebssysteme für die Distributionspartner schreitet nun gut voran. Die Implementierung der ersten Partner erfolgte erfreulich reibungslos.

Mit neuen Vertretungen in Beijing, Singapur, Mumbai und New York setzt STS gleichzeitig gezielt auf eine permanente, lokale Marktbearbeitung. Die persönliche Präsenz vor Ort erweist sich gerade in den Wachstumsmärkten als Schlüsselfaktor zur Erreichung der ambitionierten Zielsetzungen. Im Jahr 2018 übernahm die STS AG zudem den Lead im Projekt Grand Train Tour of Switzerland, dem bisher wohl grössten nationalen Kooperationsprojekt zwischen Tourismusdestinationen,

Bahnunternehmungen und Vertriebspartnern. Als ein weiteres Projekt wurden neue attraktive Bilder und Filme vom ÖV Schweiz produziert, welche nun in die weltweite Vermarktung integriert werden.

Eine grosse Herausforderung stellte für die STS AG zum Jahresende 2018 der Prozess rund um die Definition des Anwendungsbereichs des Swiss Travel Pass dar. Dieser Prozess sorgte für grössere Unsicherheiten in den Märkten. Die STS AG war hier gefordert, Partner gezielt zu informieren und einen Grossteil der Kommunikationsmittel in kürzester Zeit neu zu produzieren und zu verteilen.

Es freut uns im Verwaltungsrat der STS AG, dass auch 2018 ein neuer Umsatzrekord beim STS-Sortiment erreicht und wieder mehr Gäste aus aller Welt für den ÖV Schweiz begeistert werden konnten.

Wir danken dem Team der STS AG herzlich für den tollen Einsatz und gratulieren zu den erreichten Fortschritten für den ÖV Schweiz.

Armin Weber  
Verwaltungsratspräsident STS AG



**Swiss Travel System.**

**Herausgeberin**  
Swiss Travel System AG  
Limmatstrasse 23  
CH-8005 Zürich  
maurus.lauber@swisstravelsystem.com

mystsnet.com  
facebook.com/SwissTravelSystem

**Titelseite**  
«Viel Spass in der Schweiz»  
Achtköpfige indische Reisegruppe aus Hyderabad (zwischen 28 und 35 Jahre alt)

**Fotonachweis**  
Swiss Travel System AG, Partner

**Druck**  
OK DIGITALDRUCK AG

Im vorliegenden Geschäftsbericht werden aus Platzgründen Swiss Travel System AG mit STS AG und öffentlicher Verkehr mit ÖV abgekürzt.



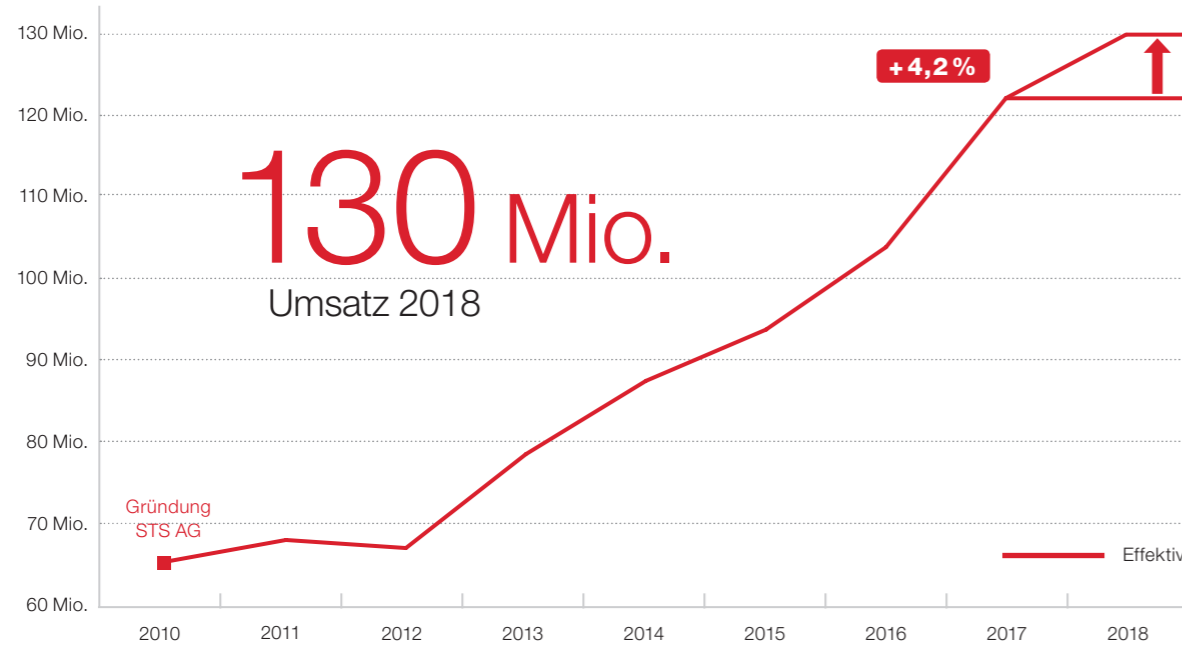
gedruckt in der  
schweiz

# Kennzahlen 2018.

Alle Umsatzzahlen in CHF.

Im Jahr 2018 konnte wiederum ein Umsatzrekord erzielt werden. Unter Berücksichtigung der übrigen Sortimente wurde insgesamt ein Umsatz von 164 Mio. CHF generiert (+4,2%).

## Umsatz STS-Sortiment 2010–2018



20,3 Mio.

Greater China **+2,6 Mio.**

16,7 Mio.

USA **+2,2 Mio.**

17,7 Mio.

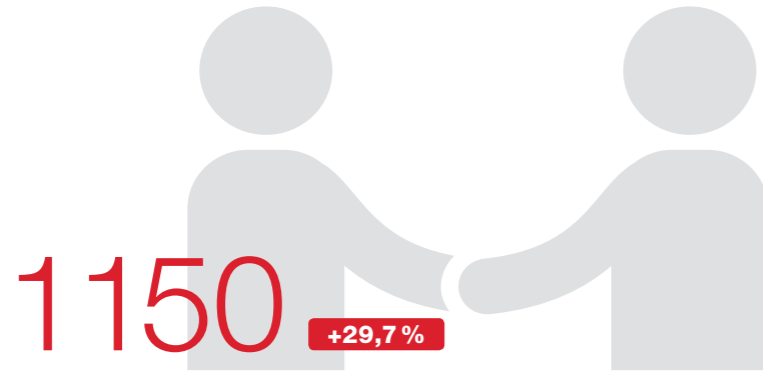
Indien **+2,7 Mio.**

### Grösste STS-Umsatzmärkte

1. Greater China (20,3 Mio.)
2. Indien (17,7 Mio.)
3. USA (16,7 Mio.)

### Stärkste STS-Wachstumsmärkte (absolut)

1. Indien (+ 2,7 Mio.)
2. Greater China (+ 2,6 Mio.)
3. USA (+ 2,2 Mio.)



### Medienreisen

- Getroffene Medienschaffende im Markt: 263 (+16%)
- Betreute Medienreisen in der Schweiz: 83 (+17%)
- Top-Coverage-Berichte mit hoher ÖV-Relevanz: 91 (+52%)

### MySwitzerland.com (Transportseite)

1,2 Mio.

Besucher **+14%**

### mystsnet.com

36 617

Besucher **+126%**

22 981 Fans **+21%**

### Social Media

1. Facebook 22 981 Fans (+21%)
2. Instagram 12 474 Abonnenten (+100%)
3. YouTube 2 491 Abonnenten (+10%)
4. Twitter 1 713 Followers (+46%)



Aus dem  
Marketing.

# Die STS AG kurz erklärt.

Die Swiss Travel System AG in Zürich wurde 2011 von den Schweizerischen Bundesbahnen (SBB), Schweiz Tourismus (ST) und fünf Schweizer Privatbahnen gegründet. Ihr Auftrag ist es, die Vermarktung von Leistungen des öffentlichen Verkehrs der Schweiz im Ausland zu bündeln und gezielt zu steuern. Dazu gehört insbesondere die weltweite Promotion und Distribution von ÖV-Fahrausweisen, um die Incoming-Umsätze nachhaltig zu steigern.

Das jährliche Budget für die globalen Marketingaktivitäten beträgt rund 8,6 Mio. CHF. Davon werden 70% durch das ÖV-Mandat abgedeckt, welche über einen definierten Verteilschlüssel auf alle beteiligten Transportunternehmungen der Schweiz aufgeteilt werden. Weitere 18% des Gesamtbudgets decken die SBB als Gegenleistung für die aktive Promotion des grenzüberschreitenden Incoming-Verkehrs. Die restlichen 12% werden durch Zusatzmandate und Marketingbeiträge von Dritten finanziert.

Zunehmend übernimmt die Swiss Travel System AG auch marktspezifische Incoming-Vermark-

tungsaufträge von einzelnen Transportunternehmungen. Mit den STS-Auslandvertretungen in Beijing, Singapur, Mumbai und New York erfüllt sie ein attraktives und zielgruppengerechtes Incoming-Marketing für ihre Auftraggeber.

*«Kooperationen sind wichtige Erfolgsfaktoren.»*

Potenzielle Gäste aus allen Märkten werden gezielt über Medien- und Trademanagement, Digital Marketing und Promotionen beworben. Dabei pflegt die Swiss Travel System AG eine enge Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus und profitiert von vielen Synergien in der zentralen sowie in der marktspezifischen Marketing-Kommunikation. Um die nachhaltigen Umsatzsteigerungen aktiv zu beeinflussen, ist die enge Kooperation mit Distributionspartnern in aller Welt von höchster Bedeutung. Diese werden direkt und aktiv durch die Marktmanager der Swiss Travel System AG betreut, laufend geschult und zu Mehrverkäufen motiviert.

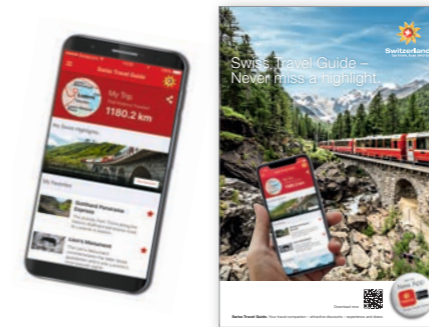
«Bloggerin aus China»: Ya Liu, Shenzhen, China (36 Jahre)



Erstes E-Ticket aus AgenturClient



Redesign Website mystsnet.com



Lancierung Swiss Travel Guide App



Einer von fünf Gründen: «Swissness»

## Meilensteine und Herausforderungen.

Was lange währt, wird endlich gut. Im November 2018 konnte erstmals ein E-Ticket über die neu entwickelte Vertriebslösung «AgenturClient» ausgestellt werden. Noch im Dezember haben erste Agenten diesen in Betrieb genommen. Damit wird die lang ersehnte Ablösung des Systems «Railticking» endlich Tatsache. Gleichzeitig wurde die direkte Anbindung der individuellen Systemlösungen der Distributionspartner via «SBB WebService» sichergestellt. Die brancheninternen Verhandlungen über den Anwendungsbereich des Swiss Travel Pass dauern an. Wie weit die Bergbahnen ohne Erschließungsfunktion im 100%-Geltungsbereich inkludiert werden sollen, konnte 2018 nicht abschliessend geklärt werden. Durch die Revidierung des Entscheides durch das BAV mussten sämtliche Kommunikationsmittel gegen Ende des Jahres neu produziert werden. Dadurch wurden die Ressourcen der STS AG stark

strapaziert und die Vermarktungsarbeit leider verzögert. Die Trade- und Mediawebsite «mystsnet.com» wurde im März 2018 neu lanciert. Um den Touristen den Zugang zum bzw. die Orientierung im ÖV Schweiz zu erleichtern, wurde die neue Service-App «Swiss Travel Guide» im Frühling 2018 lanciert. Diese wird nun kontinuierlich weiterentwickelt, damit die ÖV-Branche bessere Daten zum Reiseverhalten von internationalen Touristen erhält. Weiterhin produzierte die STS AG auch 2018 verschiedene Formate von Content. Mit der Kampagne «5 Gründe» mit Key Visuals, Inseraten, Textbausteinen und Videos werden ab 2019 Trade, Media und Endkunden von den Vorteilen des ÖV Schweiz überzeugt. Details zu aktuellen Projekten und Aktivitäten sind im jährlich erscheinenden Marketingplan der STS AG ersichtlich.

# Grand Train Tour of Switzerland.

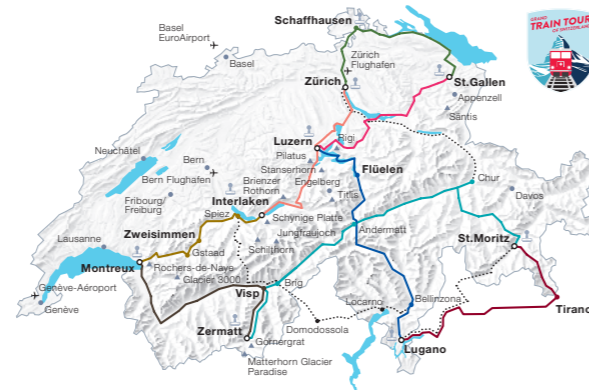
Im ersten Halbjahr wurden die Grundlagen und die Strategie der GTToS erarbeitet und umgesetzt. Damit wird sichergestellt, dass die GTToS auf einem strategisch sicheren Fundament gebaut ist. Des Weiteren wurden in enger Zusammenarbeit mit der STS AG diverse Marketingmassnahmen umgesetzt, um die bereits bestehende Markenbekanntheit weiter zu stärken.

Die wichtigsten strategischen Entscheidungen im vergangenen Jahr waren:

- Überprüfung und definitive Festlegung der Route
- Definition von 6 Reisevorschlägen und Abkürzungsoptionen
- Definition der Segmente und Fokusböden
- Positionierung und Redesign Marke mit CD-Manual
- Vergabe von offiziellen Distributionspartnerschaften

Darauf aufbauend wird das Produkt nun dimensioniert und für die Vermarktung ab 2020 bereitgestellt. Für die 6 Reisevorschläge werden massgeschneiderte Nettofahrausweise für attraktive

Packages zur Verfügung gestellt. Mit den beiden offiziellen Distributionspartnern Switzerland Travel Centre und Railtour wird der Vertrieb für den Trade und direkt an den Endkunden auf einer attraktiven Landingpage aufgebaut. Weiter wird attraktiver Content für die Vermarktung produziert und bereitgestellt. Die Vorbereitungen für die Produktion eines Imagefilms im Jahr 2019 laufen auf Hochtouren. Aber auch während der Reise soll die Marke vermehrt sichtbar und erlebbar werden. Mit den SBB als Pilotpartnern wird auf



«Wie im Disneyland»: Claude und Lakshmi Roshan mit Sohn aus Indien



Martin Nydegger, Direktor Schweiz Tourismus, Ranveer Singh und Maurus Lauber, CEO STS AG, freuen sich über die Zusammenarbeit

«Die GTToS ist auf gutem Weg, die beliebteste ÖV-Rundreise zu werden.»

verschiedenen Bahnhöfen und an Rollmaterial die Markeninszenierung geprüft. Und der Gast soll auf seiner Reise via App optimal informiert und unterhalten werden. Das Travel Stamp Booklet wird parallel bis auf weiteres beibehalten.

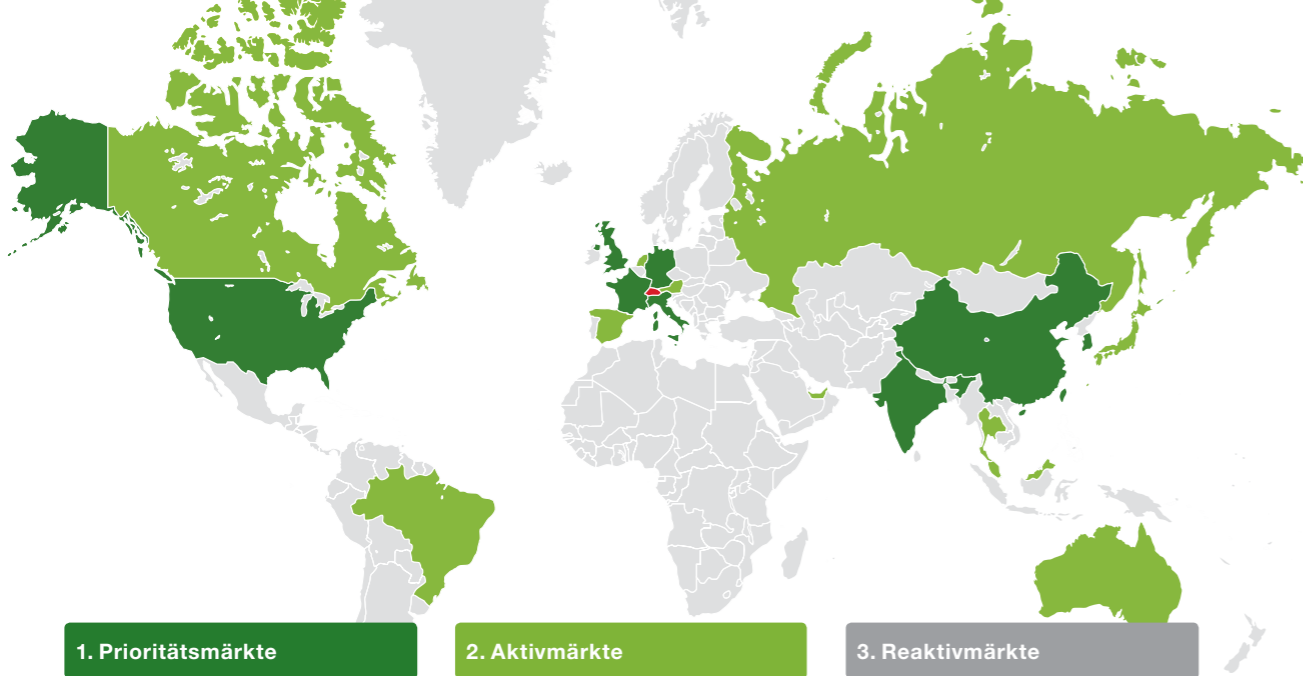


Im Jahr 2018 wurde die Zusammenarbeit von Schweiz Tourismus und der STS AG mit dem Bollywood-Star Ranveer Singh intensiviert. Zur Promotion der Grand Train Tour of Switzerland wurde die Gelegenheit genutzt, um im Beisein von Medien einen Zug der Goldenpass-Linie nach Singh zu benennen und mit dem Logo der GTToS zu branden.

Die Zugeinweihung wurde sowohl von Ranveer Singh wie auch von allen Projektpartnern prominent auf Social Media platziert. Die Reichweite der Beiträge zur Zugeinweihung über die indischen Medien betrug im TV über 90 Mio., online über 80 Mio. und im Printbereich über 6 Mio. Personen.



Aus den Märkten.



### 1. Prioritätsmärkte

76,8% der Umsätze  
(STS + RT Übriges)

- Europa:** Deutschland, Frankreich, Italien, UK  
**Übersee:** Greater China, Indien, Südkorea, USA  
**Global:** Schweiz Incoming

### 2. Aktivmärkte

16,6% der Umsätze  
(STS + RT Übriges)

- Europa:** Niederlande, Österreich, Russland, Spanien  
**Übersee:** Australien, Brasilien, Japan, Kanada, Malaysia, Singapur, Thailand, VAE

### 3. Reaktivmärkte

6,6% der Umsätze  
(STS + RT Übriges)

Diverse Reaktivmärkte weltweit

## Globale Marktbearbeitung.

Tatkräftig unterstützt durch 5 lokale STS Sales & Marketing Manager vor Ort in Greater China, Indien, Südostasien und USA/Kanada bearbeitete das Marktmanagement-Team der STS AG möglichst wirkungsvoll und effizient unsere 21 Prioritäts- und Aktivmärkte rund um den Globus. Wiederum galt es, in jedem Markt für die wichtigsten Zielgruppen den richtigen Marketingmix zu finden und – zusammen mit Schweiz Tourismus und weiteren Key-Partnern – vorhandene Synergien optimal zu nutzen.

Aufgrund unserer ausgeprägten Verkaufsorientierung und dem starken Umsatzfokus stellten die Distributionspartner für die STS AG nach wie

vor die bedeutendste Zielgruppe dar. Im Rahmen der neuen gemeinsamen Vertriebslandschaft mit den SBB begann ab Herbst 2018 durch die Marktmanagement-Teams Europa/Incoming CH die Schulung sämtlicher bestehender Railticketing-Partner auf den Parallelbetrieb des neuen AgentClient-Distributionssystems.

Gleichzeitig wurde auch 2018 der Incoming-Medienarbeit erneut ein hoher Stellenwert in der Marktbearbeitung eingeräumt, was durch zweistellige Wachstumsraten bei allen Media KPI der STS AG unterstrichen wird.

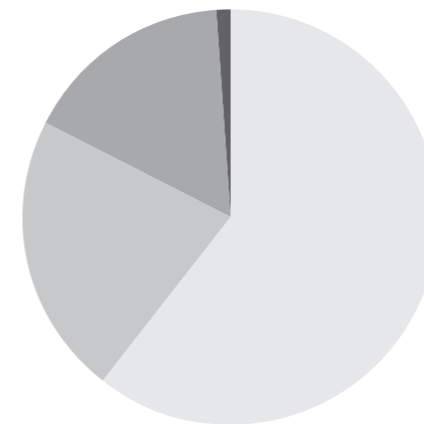
## Globale Umsatzentwicklung KPI STS AG.

Die ÖV-Vermarktung der STS AG beinhaltet weit mehr als «nur» das STS-Sortiment, wobei dieses jedoch mit 79,1% auch 2018 den mit Abstand grössten (klar messbaren) KPI-Umsatzanteil darstellte. Gesamthaft wurde 2018 ein globales KPI-Umsatzwachstum von 4,2% erreicht.

Distributionskanal	Umsatz 2017	Umsatz 2018	Veränderung absolut	Veränderung in %
Prisma	62 000	79 068	17 069	27,5%
Euronet	37 791	28 539	-9 253	-24,5%
Railticketing	20 885	21 004	119	0,6%
Dritte	1 564	1 392	-173	-11,0%
<b>Total Swiss Travel System</b>	<b>122 240</b>	<b>130 003</b>	<b>7 763</b>	<b>6,4%</b>
Railticketing Übriges	16 207	14 736	-1 471	-9,1%
B2B Zwischenlösung RT	306	461	155	50,6%
Euronet NRT	5 392	4 548	-845	-15,7%
Eurail/Interrail	13 429	14 523	1 093	8,1%
<b>Total übrige Umsätze</b>	<b>35 335</b>	<b>34 267</b>	<b>-1 068</b>	<b>-3,0%</b>
<b>Total KPI</b>	<b>157 575</b>	<b>164 271</b>	<b>6 695</b>	<b>4,2%</b>

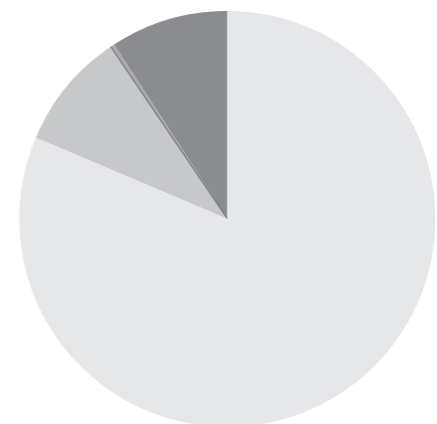
### Distributionskanäle STS-Sortiment

- Prisma 60,8%
- Euronet 22,0%
- Railticketing 16,2%
- Dritte 1,1%



### Anteile Umsatz KPI (in Tausend)

- Alle Verkäufe STS-Sortiment 130 003 CHF
- Railticketing übrige Verkäufe 14 736 CHF
- B2B-Zwischenlösung Railticketing 461 CHF
- Rail Europe NRT 4 548 CHF
- Eurail/Interrail 14 523 CHF





# Marktentwicklungen.

Seitens STS AG waren 2018 weiterhin einzig die Sortimentsbereiche STS und «Railtickinging Übriges» klar auf Marktebene mess- und analysierbar. Hier zeigten sich im Verlaufe des Jahres sehr unterschiedliche Marktentwicklungen sowohl in Übersee wie auch Europa, neu mit dem klaren Umsatzspitzenreiter Greater China.

## Übersee.

Erneut stellte Übersee den stärksten Wachstumsmotor im KPI-Sortiment der STS AG dar, der Swiss Travel Pass erfreute sich in vielen Überseemärkten nach wie vor hoher Beliebtheit. Greater China überschritt erstmals die Schwelle von 20 Millionen CHF und war somit zum Jahresende klar der grösste Umsatzmarkt, gefolgt von Indien und den USA. Der vorjährige Spitzenreiter Südkorea hatte mit -8,2% substantielle Verlagerungen sowie einen Rückgang zu verzeichnen und lag umsatzmässig an vierter Stelle.

## Europa.

Die Nachbarländer der Schweiz waren auch 2018, insbesondere in Bezug auf die Vermarktung des Anreiseverkehrs, wichtige ÖV-Quellmärkte. Die enormen Anreiseumsätze sind jedoch nicht in den KPI der STS AG abgebildet. In den messbaren Sortimentsbereichen der STS AG war UK 2018, trotz substantiellen Sortimentsverlagerungen, mit 14,2 Millionen CHF der mit Abstand grösste Umsatzmarkt in Europa vor Deutschland. Die umsatzschwächsten Aktivmärkte Russland und Spanien konnten sich 2018 noch nicht erholen.



«Wir sind richtige Schweizer Fans»: fünf pensionierte Nordiren aus Belfast und London

«Honeymoon in Switzerland»: Chan Dui Ting und NG Ho Yin (beide 32 Jahre) aus Hongkong



# Marktradar STS und «Railtickinging Übriges».

STS und RT Übriges	2017	2018	Diff. 2017/2018	in %
Australien	2 290 245	2 529 280	239 035	10,4%
Brasilien	1 861 084	1 970 429	109 345	5,9%
Deutschland	5 862 042	4 979 260	-882 782	-15,1%
Frankreich	428 638	411 100	-17 538	-4,1%
Greater China	17 700 242	20 344 555	2 644 313	14,9%
Indien	14 950 860	17 656 462	2 705 602	18,1%
Italien	2 369 763	2 740 475	370 712	15,6%
Japan	3 662 634	3 446 237	-216 397	-5,9%
Kanada	1 690 006	1 960 020	270 015	16,0%
Malaysia	1 467 779	1 980 753	512 974	34,9%
Niederlande	1 209 142	1 324 732	115 589	9,6%
Österreich	703 529	671 299	-32 231	-4,6%
Russland	839 844	805 782	-34 063	-4,1%
Singapur	2 051 609	2 355 291	303 682	14,8%
Spanien	833 406	788 244	-45 162	-5,4%
Südkorea	17 929 189	16 459 806	-1 469 384	-8,2%
Thailand	5 160 730	5 283 063	122 333	2,4%
UK	14 510 435	14 248 045	-262 391	-1,8%
USA	14 549 875	16 715 311	2 165 436	14,9%
VAE	1 019 079	975 331	-43 748	-4,3%
Schweiz Incoming	18 175 346	17 592 113	-583 233	-3,2%
<b>Total</b>	<b>129 265 478</b>	<b>135 237 586</b>	<b>5 972 108</b>	<b>4,6%</b>
Übrige Länder	9 182 196	9 501 705	319 510	3,5%
<b>Gesamtergebnis</b>	<b>138 447 674</b>	<b>144 739 291</b>	<b>6 291 618</b>	<b>4,5%</b>

# Impressionen aus dem Marktmanagement.

## Swiss Travel Pass SuperStar.

Swiss Travel Pass SuperStar («STPSS») ist seit 2013 in mehreren Überseemarktgebieten das Schulungs- und Verkaufsförderungsprogramm der STS AG in enger Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus und Rail Europe. 2018 haben folgende Märkte teilgenommen: Australien/Neuseeland, Brasilien, GCC, Greater China, Indien und Südostasien und die USA. Die besten Teilnehmer konnten attraktive Preise im Markt gewinnen, diejenigen mit der gesamthaft höchsten Punktezahl wurden Ende Jahr zum «STPSS Celebration Trip» (verschiedene Famtrips durch die Schweiz) eingeladen. Als Höhepunkt wurden am 6. Dezember in Zermatt 97 begeisterte Teilnehmer am «STPSS Gala Event» mit einem persönlichen Award ausgezeichnet.



Swiss Travel Pass SuperStar Gala Event 2018, Zermatt



Eine der strahlenden Gewinner des Swiss Travel Pass SuperStar Awards



Christian Kaspar am VIP-Medienanlass in Taipei



Nabil Bahous an der Meeting Trophy in Basel



Thomas Hoffmann am STM in Gstaad



Lyandra d'Souza am India Workshop in Zürich



Melanie Brunner an Pressekonferenz in Kuala Lumpur



Martin Oester präsentiert in San Francisco



Andreas Nef am GCC Workshop in Lausanne



# Bericht und Zahlen.

«Back to the Roots»: Charles und Lenora Rhyner, pensionierte Physiklehrer, Wisconsin, USA (beide 78 Jahre)



Ernst & Young AG  
Schanzenstrasse 4a  
Postfach  
CH-3001 Bern

Telefon: +41 58 286 61 11  
Fax: +41 58 286 68 18  
www.ey.com/ch

An die Generalversammlung der  
**Swiss Travel System AG, Bern**

Bern, 12. April 2019

## Bericht der Revisionsstelle zur eingeschränkten Revision

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang, Seiten 23 bis 25) der Swiss Travel System AG für das am 31. Dezember 2018 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

Für die Jahresrechnung ist der Verwaltungsrat verantwortlich, während unsere Aufgabe darin besteht, die Jahresrechnung zu prüfen. Wir bestätigen, dass wir die gesetzlichen Anforderungen hinsichtlich Zulassung und Unabhängigkeit erfüllen.

Unsere Revision erfolgte nach dem Schweizer Standard zur Eingeschränkten Revision. Danach ist diese Revision so zu planen und durchzuführen, dass wesentliche Fehlaussagen in der Jahresrechnung erkannt werden. Eine eingeschränkte Revision umfasst hauptsächlich Befragungen und analytische Prüfungshandlungen sowie den Umständen angemessene Detailprüfungen der beim geprüften Unternehmen vorhandenen Unterlagen. Dagegen sind Prüfungen der betrieblichen Abläufe und des internen Kontrollsystems sowie Befragungen und weitere Prüfungshandlungen zur Aufdeckung deliktischer Handlungen oder anderer Gesetzesverstösse nicht Bestandteil dieser Revision.

Bei unserer Revision sind wir nicht auf Sachverhalte gestossen, aus denen wir schliessen müssten, dass die Jahresrechnung sowie der Antrag über die Verwendung des Bilanzgewinns nicht Gesetz und Statuten entsprechen.

Ernst & Young AG

STEFAN WEUSTE  
Zugelassener Revisionsexperte  
(Leitender Revisor)

CRISTINA ZINGG  
Zugelassene Revisionsexpertin

1. Aktiven	Bilanz per 31.12.2018	Bilanz per 31.12.2017
<b>Umlaufvermögen</b>	CHF	CHF
<i>Flüssige Mittel</i>		
– gegenüber Dritten	496 064,70	507 152,45
<i>Forderungen aus Lieferungen und Leistungen</i>		
– gegenüber Dritten	39 968,40	39 300,40
– Delkredere	–2 400,00	–1 300,00
– gegenüber Beteiligten	9 596,42	504 578,07
<i>Übrige kurzfristige Forderungen</i>		
– gegenüber Dritten	59 862,12	4 409,25
– gegenüber Beteiligten	1 083 482,39	822 890,61
<i>Aktive Rechnungsabgrenzungen</i>		
– gegenüber Dritten	2 837,77	60 881,65
– gegenüber Beteiligten	0,00	5 000,00
<b>Total Umlaufvermögen</b>	<b>1 689 411,80</b>	<b>1 942 912,43</b>
<b>Anlagevermögen</b>		
<i>Sachanlagen</i>		
– Mobilien	7 900,00	10 550,00
– EDV	41 600,00	12 600,00
<b>Total Anlagevermögen</b>	<b>49 500,00</b>	<b>23 150,00</b>
<b>Total Aktiven</b>	<b>1 738 911,80</b>	<b>1 966 062,43</b>
<b>2. Passiven</b>	Bilanz per 31.12.2018	Bilanz per 31.12.2017
<b>Fremdkapital</b>	CHF	CHF
<i>Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen</i>		
– gegenüber Dritten	143 989,92	442 490,72
– gegenüber Beteiligten	66 748,51	47 674,55
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	81 978,95	55 341,15
<i>Passive Rechnungsabgrenzungen</i>	844 484,38	947 979,29
Total kurzfristiges Fremdkapital	1 137 201,76	1 493 485,71
<b>Total Fremdkapital</b>	<b>1 137 201,76</b>	<b>1 493 485,71</b>
<b>Eigenkapital</b>	CHF	CHF
<i>Aktienkapital</i>	300 000,00	300 000,00
Gesetzliche Gewinnreserve	8 850,00	8 650,00
<i>Freiwillige Gewinnreserven</i>		
Gewinnvortrag	163 726,72	161 071,82
Jahresgewinn	129 133,32	2 854,90
<b>Total Eigenkapital</b>	<b>601 710,04</b>	<b>472 576,72</b>
<b>Total Passiven</b>	<b>1 738 911,80</b>	<b>1 966 062,43</b>

## Erfolgsrechnung 2018.

Erträge	Rechnung 2018	Rechnung 2017
<b>Betrieblicher Ertrag</b>	CHF	CHF
Dienstleistungsertrag	9 211 157.89	8 243 030.57
Werbeertrag	906 129.65	439 592.10
<b>Total Ertrag</b>	<b>10 117 287.54</b>	<b>8 682 622.67</b>
<b>Betrieblicher Aufwand</b>	CHF	CHF
Personalaufwand	-3 355 940.07	-3 150 556.30
Werbeaufwand	-6 053 614.74	-4 996 168.45
Betriebsaufwand	-481 760.57	-493 742.02
Übriger betrieblicher Aufwand	-8 605.36	-10 789.94
<b>Total Betriebsaufwand</b>	<b>-9 899 920.74</b>	<b>-8 651 256.71</b>
<b>EBITDA</b>	<b>217 366.80</b>	<b>31 365.96</b>
Abschreibungen	-43 000.00	-13 350.00
<b>EBIT</b>	<b>174 366.80</b>	<b>18 015.96</b>
Finanzertrag	948.24	266.84
Finanzaufwand	-10 389.42	-12 427.45
Finanzaufwand und Finanzertrag	-9 441.18	-12 160.61
<b>EBT</b>	<b>164 925.62</b>	<b>5 855.35</b>
Ausserordentlicher Aufwand	0.00	-1 494.00
Direkte Steuern	-35 792.30	-1 506.45
<b>Jahresgewinn</b>	<b>129 133.32</b>	<b>2 854.90</b>

«Ein Traum geht in Erfüllung»: Manan Manukyan, Bankangestellte, Jerewan/Armenien (31 Jahre)



«Die Schweiz in allen Facetten»: Tam Gary aus Hongkong (30 Jahre)

## Anhang zur Jahresrechnung 2018.

### Angaben zur Jahresrechnung

#### Bewertungsgrundsätze

#### Forderung aus Lieferungen und Leistungen

Forderungen werden zum Nominalwert ausgewiesen.

#### Anlagevermögen

Die Abschreibungen erfolgen nach degressiver Methode gemäss Nutzungsdauern. Die Aktivierungsgrenze der Swiss Travel System AG liegt bei 10 000 CHF. Kleinere Anschaffungen und Investitionen, welche diese Summe nicht erreichen, werden im Aufwand verbucht.

#### Erläuterung zur Jahresrechnung

#### Liquiditätsmanagement

Die SBB führen ein konzernweites Cash Pooling. Die Swiss Travel System AG ist Teilnehmer in diesem Cash Pooling. Die (Pool-)Bank kann zur Sicherung ihrer Ansprüche gegenüber den Poolteilnehmern ein Pfandrecht auf die Guthaben (Poolteilnehmerkonten) ausüben. Der Anteil der flüssigen Mittel im Cash Pooling am 31.12.2018 beträgt CHF 1 083 482.39.

### Ergänzende Angaben zur Jahresrechnung

#### Anzahl Vollzeitstellen

Anzahl Vollzeitstellen ist im Jahresdurchschnitt >10, aber <50.

#### Ausserordentlicher Aufwand

Mehrwertsteuerrevision	31.12.2018	31.12.2017
2012–2016	CHF 0.00	CHF 1 494.00

#### Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Nach dem Bilanzstichtag bis zur Verabschiedung der Jahresrechnung 2018 durch den Verwaltungsrat am 12.4.2019 sind keine wesentlichen Ereignisse eingetreten, welche die Aussagefähigkeit des Jahresabschlusses per 31.12.2018 beeinträchtigen könnten bzw. an dieser Stelle offengelegt werden müssen.

# Organisation.

## Der Verwaltungsrat.

**Armin Weber (Präsident)**  
SBB AG

**Urs Eberhard (Vizepräsident)**  
Schweiz Tourismus

**Alexander Gellner**  
SBB AG

**Michel Nussbaumer**  
BLS AG

**Renato Fasciati**  
RhB AG

**Kaya Yumusaklar**  
SBB AG

## Die Geschäftsleitung.



**Maurus Lauber**  
CEO



**Andreas Niederhauser**  
Marketing & Business Development



**Christian Kaspar**  
Head of Global Market Management



**Rolf Stebler**  
CFO

«Wir sind richtige Schweizerfans»: pensionierter Nordire aus Belfast



# Das Team.



**Christian Bachofner**  
Manager Product & Distribution



**Selina Moser**  
Trainee Marketing Communication



**Nabil Bahous**  
Head of Market Management Incoming CH & Market Services



**Andreas Nef**  
MM Australia, Brazil, Japan, South Korea & UAE



**Flavia Bertozzi**  
Trainee GTToS



**Martin Oester**  
Sales & Marketing Manager North America



**Melanie Brunner**  
Sales & Marketing Manager South East Asia



**Lorena Oliveri**  
Account Manager Partnerships



**Dimitri Burkhard**  
Manager Digital Marketing



**Lea Ryter**  
Manager Communication



**Lyandra D'Souza**  
Sales & Marketing Manager India



**Sandra Scheidegger**  
Manager GTToS



**Nadia Ficer**  
Art Director Brand Design & Production



**Nina Shi**  
Sales & Marketing Manager Greater China



**Thomas Hoffmann**  
Head of Market Management Europe



**Una Jing Sun**  
Sales & Marketing Manager Greater China



**Isabella Ignacchiti Drücke**  
Head of Marketing Communication



**Stefan Sutter**  
Head of Product & Distribution



**Michelle Kälin**  
Manager Content



**Lara Thoma**  
Manager Market Services



**Michael Kistler**  
Desktop Publisher Brand Design & Production



**Claudia Urech**  
Trainee Market Management



**Marco Kohler**  
Trainee Media Services



**Ladina Wunderli**  
Manager Digital Publishing



**Stefanie Kunz**  
Market Manager Europe South & West



**Fausto Zaina**  
Head of Market Management Overseas



**Christoph Leu**  
Market Manager Austria & Germany



**Pinia Ziegler**  
Manager



**Nadine Meier**  
Manager Finance, Reporting & IT

Stand: 31.12.2018

# Das STS AG-Team im Einsatz.



Partneranlass am Flughafen Zürich



Una Jing Sun bei Trade Sales Call in China



Nadia Ficer am Fotoshooting «5 Gründe»



Melanie Brunner bei Award-Übergabe in Singapur



Storytelling-Workshop in Zürich



Besichtigung «The Circle» am Partneranlass



Michelle Kälin am Fotoshooting «5 Gründe»



Teamausflug im Emmental



Maurus Lauber auf einer seiner Lieblingsstrecken (Lago Bianco, Bernina)

## Mit Zuversicht in die Zukunft.

Dass die Umsatzzahlen des Flagship-Produktes Swiss Travel Pass seit 2011 verdoppelt werden konnten, ist ein tolles Resultat der abgestimmten Zusammenarbeit mit unseren Partnern in der Schweiz und im Ausland. So einfach wie in den letzten Jahren wird es wohl in der Zukunft nicht mehr sein, Jahr für Jahr neue Umsatzrekorde zu erreichen. Darum machen wir uns auf verschiedenen Ebenen fit, damit wir weiterhin einen nachhaltigen Mehrwert für unsere Auftraggeber aus dem ÖV Schweiz generieren können.

In diesem Jahr legen wir den Schwerpunkt auf die optimale Einführung der neuen Vertriebssysteme WebService und Agent Client, welche unseren bestehenden und potenziellen Vertriebspartnern in aller Welt den Verkauf von ÖV-Tickets deutlich einfacher gestalten werden. Zudem bauen wir unser digitales Marketing bewusst weiter aus – und setzen zudem den Fokus auf die neue Website [www.MySwitzerland.com](http://www.MySwitzerland.com), wo wir zuständig sind für alle Inhalte rund um das Thema Transport.

Auch das Projekt Grand Train Tour of Switzerland wird uns dieses Jahr besonders fordern. Es gilt nun, dieses bis Frühling 2020 erfolgreich abzu-

schliessen und eine Variante zu finden, wie es nachhaltig in einen Regelbetrieb übergeleitet werden kann.

Intern sind wir daran, unsere Firma weiter in Richtung einer professionellen Incoming-Vermarktungsagentur zu entwickeln, damit wir unseren Mandatsgebern aus dem ÖV Schweiz noch gezielter Mehrwerte auf verschiedenen Ebenen anbieten können. Da wir per Ende 2019 unsere Büroräumlichkeiten an der Limmatstrasse 23 verlassen müssen, kann uns die neue Arbeitsumgebung in diesem Prozess zur «Agentur» bestimmt unterstützen.

Doch über allem steht unsere Leidenschaft, uns in allen Märkten aktiv dafür einzusetzen, dass auch 2019 wieder viele, viele Gäste aus aller Welt die Schweiz mit Bahn, Bus und Schiff bereisen werden. Darauf freuen wir uns.

Maurus Lauber  
CEO Swiss Travel System

Shareholder der Swiss Travel System AG

---

