

Swiss Travel System.



2016.

Geschäftsbericht.



Inhalt

Die Swiss Travel System AG.

Editorial.	3
Highlights 2016.	4/5
Aus dem Marketing.	6/7
Aus den Märkten.	8/9
Gotthard-Basistunnel.	10/12

Bericht & Zahlen.

Revisionsbericht.	14
Bilanz.	15
Erfolgsrechnung.	16

Organisation.

Der Verwaltungsrat.	
Die Geschäftsleitung.	
Das Team.	17
Das STS AG Team im Einsatz.	18

Ausblick.	19
------------------	----

Swiss Travel System.



Herausgeberin

Swiss Travel System AG
Limmatstrasse 23
CH-8021 Zürich
maurus.lauber@swisstravelsystem.com

mystsn.net.com
facebook.com/SwissTravelSystem

Titelseite und Kapitel­seite 13

Fotograf: Daniel Ammann
Titelseite: Ladina Wunderli, STS AG, Zürich HB

Fotonachweis

Swiss Travel System AG, Partner

Druck

OK DIGITALDRUCK AG

«Die Bilder in diesem Geschäftsbericht zeigen die Mitarbeitenden der STS AG im Einsatz für den Schweizer ÖV. Sie haben die Basis geschaffen für die tollen Resultate 2016.»

Maurus Lauber, CEO Swiss Travel System AG

gedruckt in der
schweiz

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





Armin Weber, VR-Präsident STS AG.

Maurus Lauber, CEO STS AG.

«Wir dürfen alle stolz sein.»

Bereits im Jahr 2015 haben wir gelernt, mit negativen Einflüssen wie Frankenstärke, Terror und Flüchtlingskrise flexibel umzugehen. Das hat uns im 2016 enorm geholfen, sensibel auf Veränderungen im globalen Tourismus zu reagieren und die Schwerpunkte in der internationalen Marktbearbeitung proaktiv richtig zu setzen. Dass es trotz dieser schwierigen Rahmenbedingungen gelungen ist, die ehrgeizige STS Umsatzschwelle von CHF 100 Mio. zu durchbrechen und sogar deutlich zu übertreffen, macht uns alle stolz. Mit grossem Interesse haben wir im Verwaltungsrat der STS AG das ganze Jahr hindurch die Umsatzentwicklungen analysiert und die erforderlichen Optimierungen in der Marktbearbeitung unterstützt. Die erneute Steigerung des Rekordumsatzes von 2015 um über 10% beweist: Wir haben die Weichen richtig gestellt und aller Aufwand hat sich gelohnt.

Im Namen des gesamten Verwaltungsrates gratuliere ich dem Team der STS AG herzlich zu diesem sensationellen Ergebnis.

Armin Weber

Verwaltungsratspräsident
Swiss Travel System AG

Keine Zahl hat uns im 2016 mehr beschäftigt als die 100'000'000. Es war unser grosses Ziel, diese magische Umsatzgrenze zu erreichen, obwohl das Umfeld alles andere als günstig dafür war. Wir haben über das ganze Jahr alles daran gesetzt, um zusätzliche Umsätze für den Schweizer ÖV zu generieren. Als wir Mitte Jahr sahen, dass es knapp werden würde, haben wir Zusatzaktivitäten wie die First-Class-Promotion bei unseren Top-Verkaufsstellen lanciert. Unsere Freude darüber, dass sich unsere Bemühungen für uns ausgezahlt und wir unser Ziel übertroffen haben, war riesig. Und es motiviert uns, weiterhin alles dafür zu tun, um künftig neue Umsatzrekorde feiern zu können.

Dass sich auch unsere Mitarbeitermotivation auf höchstem Niveau befindet, macht mich zusätzlich stolz und glücklich. Es macht wirklich Spass, diese tolle Firma führen zu dürfen.

«Auch die Mitarbeiterzufriedenheit ist auf Rekordhöhe.»

Maurus Lauber

CEO
Swiss Travel System AG

Highlights 2016.

Die STS AG freut sich über ein weiteres Umsatz-Rekordergebnis: Erstmals wurde die magische Grenze von CHF 100 Mio. überschritten und sogar deutlich übertroffen.

Die wichtigsten Kennzahlen auf einen Blick.

Unterschied zum Vorjahr



104 Mio.

+10.7%

Umsatz aus STS Fahrausweisen

Der Umsatzrekord vom Vorjahr konnte wiederum gesteigert werden. Seit der Gründung der STS AG vor sechs Jahren bedeutet dies ein Umsatzwachstum von CHF +38.5 Mio.



Besucher im Web

+8%

Die Besucherfrequenz auf swisstravelsystem.com konnte um weitere 8% auf knapp 1.1 Mio. erhöht werden. Die Webroute der Grand Train Tour of Switzerland wurde dabei 95'771 mal angeklickt; dies bedeutet eine Steigerung um +52% gegenüber 2015.



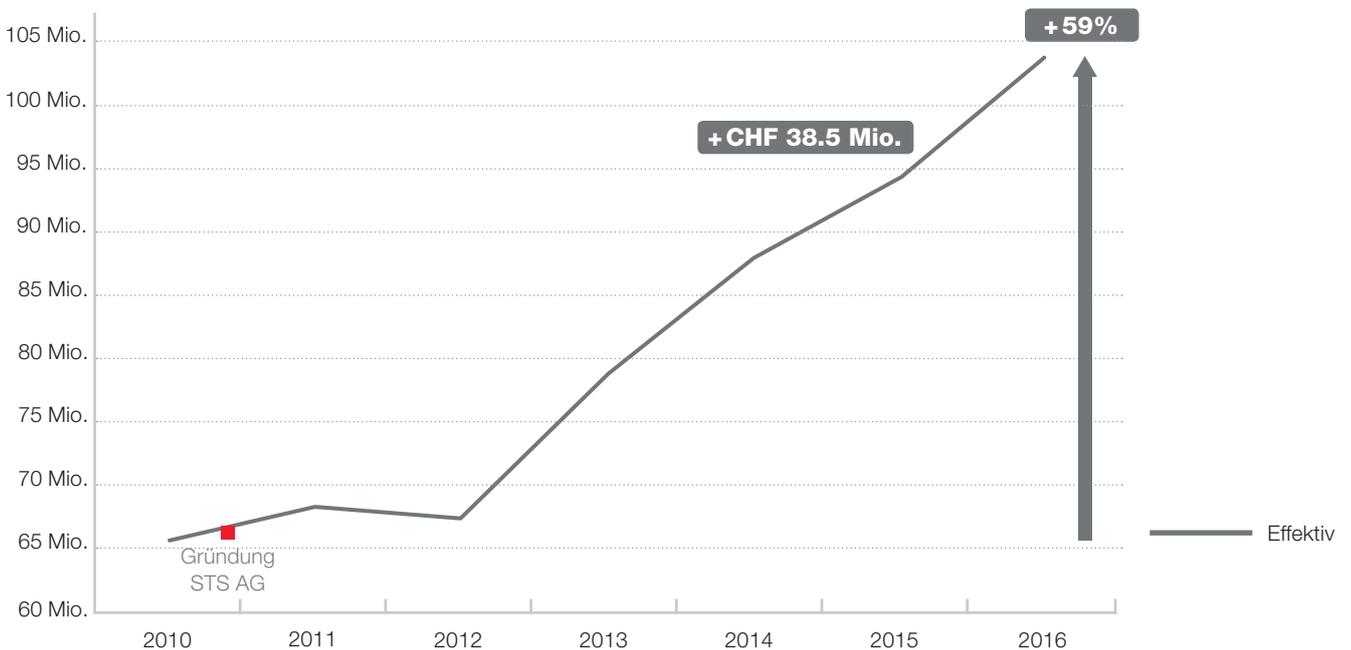
887

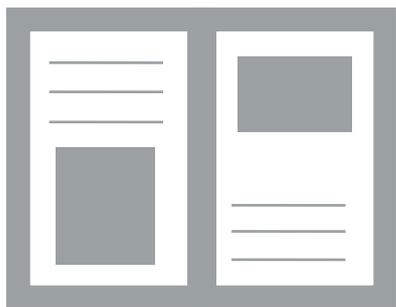
Medienreisen

+11%

2016 bereisten 2'224 Medienschaffende aus aller Welt auf 887 Medienreisen die Schweiz mit dem Swiss Travel Pass. Ein wichtiger Beitrag für weltweit 2'737 Medienberichte, welche schätzungsweise 3 Mrd. Medienkontakte ausgelöst haben.

STS Umsatzentwicklung 2010 – 2016





1154 450

+31%

Broschüren, Maps und Booklets

Durch den wachsenden Absatz von STS Produkten wächst auch die Nachfrage nach Printmaterialien. Die Broschüre «Panoramareisen» wurde 171'000 Mal, die immer beliebtere «STS Map» 823'450 Mal gedruckt und weltweit in 13 verschiedenen Sprachen publiziert. Zum ersten Mal wurde das «myTravel Stamp Booklet» für die Grand Train Tour of Switzerland mit einer Auflage von 160'000 Exemplaren für die asiatischen Zielmärkte und die USA produziert.



11 652 Fans

Facebook

+44%

Die Bespielung des beliebtesten Social-Media-Kanals mit zielgruppenorientiertem Content zahlt sich aus: 2016 konnte die Anzahl der Fans auf Facebook weiter gesteigert werden. Grösster Herkunftsmarkt dieser Follower sind nach wie vor die USA.

+1.13 Mio.

Thailand

+36%

+2.56 Mio.

Südkorea

+25.4%

+1.98 Mio.

USA

+20.4%



Märkte mit dem stärksten Umsatzwachstum

Gegenüber dem Vorjahr sind die Märkte mit dem grössten Umsatzplus aus dem STS Sortiment Südkorea, USA und Thailand. Die stärksten STS Quellmärkte sind Greater China (CHF 15.1 Mio.), Südkorea (CHF 12.7 Mio.) und Indien (CHF 12.6 Mio.).

Die Swiss Travel System AG kurz erklärt.

Die Swiss Travel System AG in Zürich ist eine Marketing-Gesellschaft, die von den SBB, Schweiz Tourismus und fünf Schweizer Transportunternehmen 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.

Als Basis dienen das ÖV-Mandat «Weltweite Vermarktung des ÖV Schweiz» sowie das SBB-Mandat zur Steigerung des grenzüberschreitenden Incoming-Verkehrs. Darüber hinaus übernimmt die STS AG auch zunehmend von einzelnen Transportunternehmen spezifische Vermarktungsauf-

träge im Ausland. Dank der neu geschaffenen Auslandsvertretung mit Sitz in China bietet sie insbesondere in den asiatischen Märkten ein zielgruppengerechtes Incoming-Marketing für ihre Auftraggeber.

Potentielle Gäste aus allen Märkten werden gezielt über die vier Ebenen Medienmanagement, Travel Trade, eMarketing und Promotionen angesprochen. In den Bereichen Medienmanagement, eMarketing und Promotionen pflegt die STS AG eine enge Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus und profitiert dabei 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 durch die Marktmanager der STS AG aktiv betreut, fortlaufend geschult und zu Mehrverkäufen motiviert.

Die Schwerpunkte im Marketing.

Fast wie in echt: die Grand Train Tour of Switzerland im Web.



Klar und einfach strukturiert: die neue Webseite mystsnet.com für Trade und Media.

Fokussierte Zielgruppenansprache im digitalen Marketing.

Im digitalen Marketing stehen die Weiterentwicklung und die zielgruppenspezifische Ansprache im Zentrum. Endkunden werden primär über digitale Partnerplattformen von Kooperations- oder Distributionspartnern direkt in den Märkten angesprochen. Die STS AG richtet ihre digitalen Kommunikationskanäle konsequent auf die Distributions- und Medienpartner aus, welche wichtige Multiplikatoren

in der weltweiten Vermarktung darstellen. Unterstützend wurde die neue Trade- und Mediaplattform mystsnet.com entwickelt und im März 2017 lanciert. News über den Schweizer ÖV, Informationen über Produkte und Services sowie ein Download-Center sind nunmehr einfach und jederzeit verfügbar, auch auf mobilen Endgeräten.

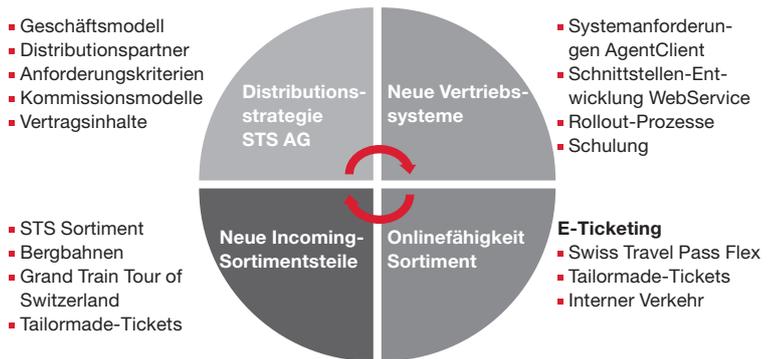
Zukunftsweisende Vertriebs- und Sortimentsprojekte.

Der weltweite Vertrieb von Schweizer ÖV-Fahrausweisen wird im digitalen Zeitalter künftig offener und für Kunden transparenter. Dies auch dank der neu geplanten Vertriebssysteme der SBB, AgentClient und WebServices, welche im 2018 lanciert werden sollen. Die STS AG bereitet sich auf die neue digitale Vertriebslandschaft entsprechend vor und definierte im vergangenen Jahr die technischen und kommerziellen Anforderungen für die Anbindung von Distributionspartnern im weltweiten Vertrieb in enger Abstimmung mit den SBB. Parallel wird die Onlinefähigkeit des gesamten Incoming-Sortiments vorangetrieben. Schlussendlich soll die gesamte Buchungskette vom Distributionspartner bis zum Endkunden digital abgewickelt werden. Mit einer vollständig digitalen Buchungskette streben wir einen offenen, weltweiten Vertrieb an und unterstützen damit die nachhaltige Umsatzsteigerung der Incoming-Sortimente.

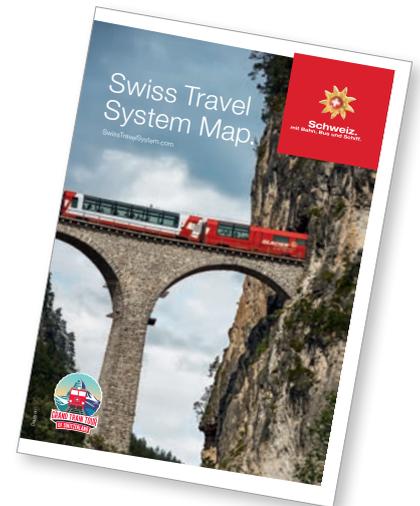


Der Swiss Travel Pass wechselt von der Papierform zum E-Ticket.

Übersicht Vertriebs- und Sortimentsprojekte



Für Reisende ein schönes Andenken: «myTravel Stamp Booklet».



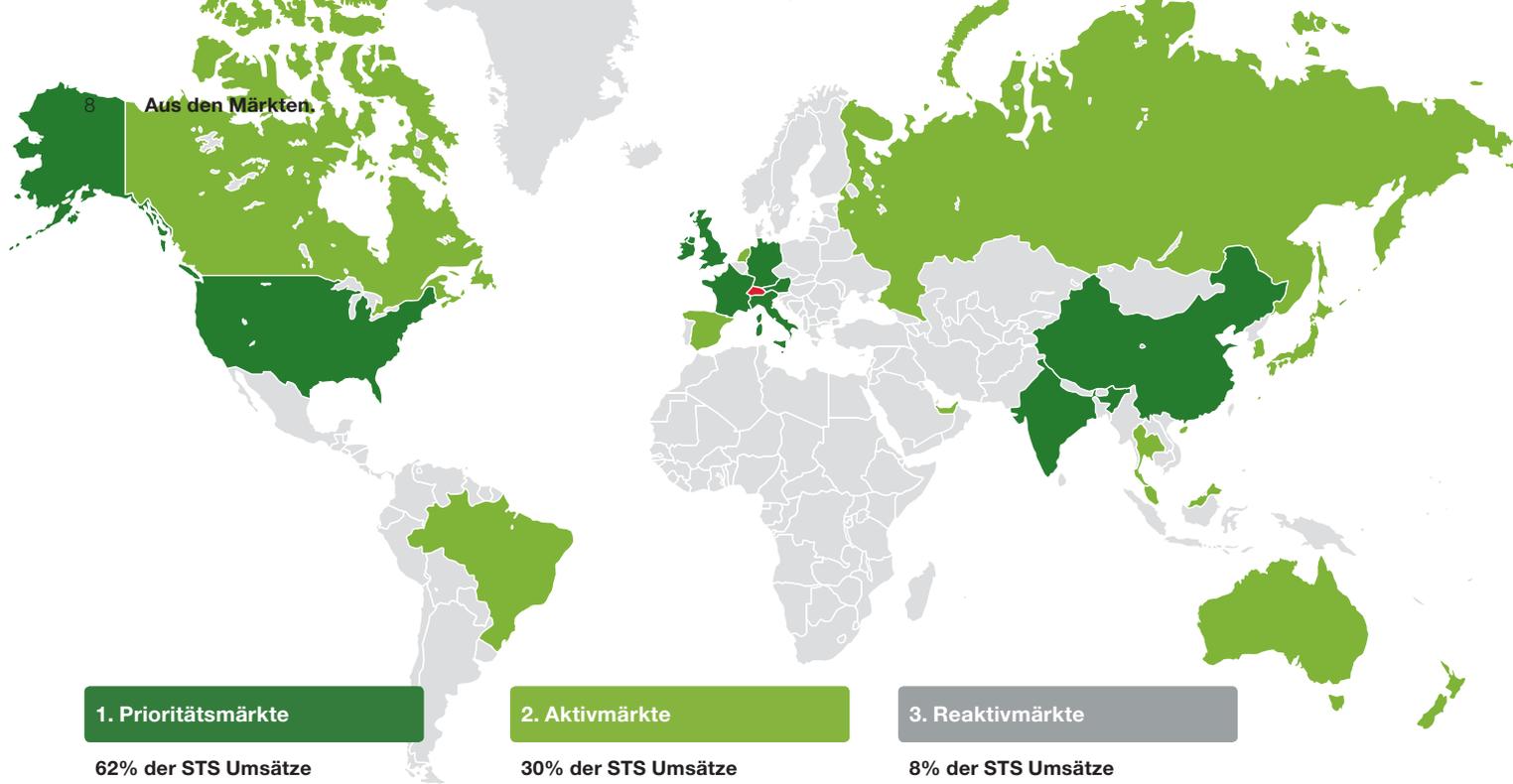
Starker Auftritt: die STS Map.

Weitere Fortschritte bei der Grand Train Tour of Switzerland.

Die Grand Train Tour of Switzerland hat im vergangenen Jahr ihr Potential unter Beweis gestellt. So erfreuten sich viele Gäste aus den Überseemärkten am neu lancierten «myTravel Stamp Booklet», welches seit 2016 in den asiatischen Märkten bei Kauf eines Swiss Travel Passes überreicht wird. Die rege Nutzung der Stempel an den neun Destinationen, die hohe Zahl an positiven Rückmeldungen aus der Umfrage und die digitale Interaktion in den sozialen Medien mit dem #grandtraintour zeigen, dass die Grand Train Tour seitens der Kunden sehr gut angenommen wird.

Konsolidierung der Printerzeugnisse.

Trotz zunehmend digitalen Marketings sind weiterhin auch Printerzeugnisse von Bedarf. Die STS AG hat in diesem Bereich eine Konsolidierung vollzogen. Zur Inspiration von Endkunden werden primär die Printplattformen von Schweiz Tourismus verwendet. Für die Reiseplanung und die Kaufentscheidung sowie als Orientierungshilfe auf der Reise wird die «STS Map» für Distributionspartner und Endkunden produziert. Die ansprechend dargestellten Inhalte der Broschüre «Panoramareisen» sind online auf mystsnet.com oder via Partnerseiten wie myschweizland.com auffindbar.



Europa: Deutschland, Frankreich, Italien, Österreich, UK
 Übersee: Greater China, Indien, USA
 Global: Schweiz Incoming

Europa: Niederlande, Russland, Spanien
 Übersee: Australien, Brasilien, Japan, Kanada, Malaysia, Singapur, Südkorea, Thailand, VAE

Diverse Reaktivmärkte weltweit

Einblick in die Märkte.

Mit einem möglichst effizienten und effektiven Einsatz der vorhandenen Ressourcen wurde mit Fokus auf unsere 21 Prioritäts- und Aktivmärkte ein vorwiegend umsatzorientiertes Marktmanagement betrieben. Dabei 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 stellen die Distributionspartner für die STS AG nach wie vor die bedeutendste Zielgruppe dar und die Medienarbeit behält in der Marktbearbeitung weiterhin einen hohen Stellenwert. Marktübergreifend wurden Grundlagen für eine noch professionellere Betreuung initiiert, um in den kommenden Jahren für die stetig steigenden Anforderungen der Medien gewappnet zu sein. Im Bereich Trade und Media haben wir ergänzend ein marktübergreifendes Contentmanagement aufgebaut, welches zukünftig vertieft und noch effizienter in der Marktkommunikation eingesetzt werden kann.



Swiss Travel Pass SuperStar Gala Event 2016, Montreux.

Swiss Travel Pass SuperStar

Swiss Travel Pass SuperStar (STPSS) ist ein Trainings- und Verkaufsförderungs-Programm der STS AG in Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus und Rail Europe. 2016 haben folgende Übersee-Marktgebiete teilgenommen: Australien/Neuseeland, Brasilien, GCC, Greater China, Indien und Südostasien. Die besten Teilnehmer sind mit Preisen ausgezeichnet worden und jene mit der gesamthaf höchsten Punktezah haben wir zum «STPSS Celebration Trip» (Famtrip durch die Schweiz) eingeladen. Als Höhepunkt wurden 89 begeisterte Teilnehmer am «STPSS Gala Event» im Château Chillon bei Montreux mit einem persönlichen Award ausgezeichnet.

Übersee.

Analog zum Vorjahr stellten die meisten Übersee-Märkte 2016 die grössten Wachstumstreiber im Sortiment der STS AG dar. In Greater China und Indien hatten zu Beginn des Jahres anhaltende Visa-Probleme noch eine unerwartet hohe Bremswirkung. Während sich zudem im ersten Halbjahr die besorgniserregenden Ereignisse in Europa generell bei der Nachfrage aus Übersee-Märkten bemerkbar machten, kletterten die Verkäufe in der zweiten Jahreshälfte kontinuierlich auf ein beachtliches Niveau. Die Märkte mit dem höchsten Umsatzplus waren Südkorea, USA und Thailand. Einzig Japan und VAE hatten einen Rückgang zu verzeichnen. Greater China ist inzwischen mit grossem Abstand der umsatzstärkste Markt im STS Sortiment, gefolgt von Südkorea und Indien.

Europa.

Nachdem im Vorjahr die meisten europäischen Märkte noch von starken Turbulenzen geprägt waren und grosse Umsatzeinbrüche zu verzeichnen hatten, waren die Prognosen aufgrund der anhaltend als unsicher wahrgenommenen Situation in Europa auch während der ersten Monate 2016 unklar. Die Umsätze der STS AG in diesem Marktgebiet haben sich jedoch, wenn auch mit kleineren Volumen als in Übersee, äusserst positiv entwickelt. UK und Niederlande generierten dabei das grösste Umsatzwachstum. Einzig Deutschland hatte noch einen substantziellen Rückgang zu verzeichnen, was auf eine Kanalverschiebung in einen anderen Markt zurückzuführen ist. Grundsätzlich waren die Nachbarländer der Schweiz auch im 2016 wichtige ÖV-Quellmärkte in Bezug auf die Vermarktung des Bahnreiseverkehrs.



Fausto Zaina, Una Sun und Maurus Lauber sagen «Danke» zu 64% Mehrumsatz auf der «Thank-You-Tour» in China.



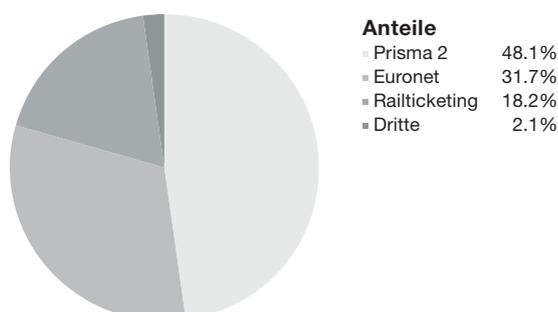
TV-Interview in Italien – Ladina Wunderli, STS AG, und Enrico Bernasconi, RhB, berichten über ÖV-Highlights im Winter.



Isabella Ignacchiti Drüeke betreut das TV-Team aus Nordamerika.

Globale Umsatzentwicklung STS Sortiment

Distributionskanal	Umsatz in CHF	Veränderung in %
Prisma 2	49 998 967	33.1%
Euronet	32 926 977	-9.0%
Railticketing	18 900 212	7.8%
Dritte	2 178 774	-17.5%
Total alle Kanäle	104 004 930	10.7%



Vermarktung des längsten Eisenbahntunnels der Welt.



Tabea Mandour begleitet die Internationale Medienreise Gotthard im September 2016.

Jahrhundertbauwerk als Aufhänger für den öffentlichen Verkehr

Die Eröffnung des Gotthard-Basistunnels 2016 war ein Anlass von weltweiter Ausstrahlung. Um neben der technischen Errungenschaft und der politischen Bedeutung auch die touristische Botschaft in den Fokus zu rücken, hat die STS AG 2015 eine Projektstelle geschaffen. Dieses einmalige Ereignis zeigt eindrücklich auf, wie der Schweizer ÖV kontinuierlich in das Verkehrsnetz investiert und mit dem Gotthard-Basistunnel den Facettenreichtum der Verkehrsmittel um ein weiteres Element erweitert. Tabea Mandour, Projektmanagerin Gotthard, hat in den letzten 2 Jahren die internationale Medien- und Vermarktungsarbeit rund um den Gotthard vorangetrieben und dafür gesorgt, dass den Medien und dem Trade der Mehrwert für den Tourismus aufgezeigt wurde. In Abstimmung mit den externen Partnern Bundesamt für Verkehr, der Bauherrin Alp Transit Gotthard AG, den Schweizerischen Bundesbahnen, Präsenz Schweiz (EDA) und Schweiz Tourismus wurden die internationale Medienarbeit koordiniert und die Synergien bestmöglich genutzt, um die maximale Aufmerksamkeit zu erreichen.

Anzahl Medienkontakte

Projektstart 2015
1. März 2015

März 2015 April Mai Juni Juli August September Oktober November Dezember Januar 2016

Die gesteckten Ziele weit übertroffen

Über die Vertiefung von Partnerschaften hinaus hat dieser einmalige Anlass uns ermöglicht, neue Instrumente und Kommunikationskanäle zu testen. So haben wir stark in das Thema Storytelling investiert und verschiedene Geschichten rund um dieses Jahrhundertbauwerk erarbeitet, erstmals Multimediamitteilungen aufgeschaltet und auch im Bereich Reporting neue Erfahrungen gesammelt. In der Vermarktung standen die Inbetriebnahme des längsten Eisenbahntunnels der Welt Ende 2016, aber auch das Angebot auf der Gotthard-Bergstrecke und der ab Frühling 2017 kursierende Gotthard Panorama Express im Zentrum. Der Sonderzug Gottardino, der über den Sommer mit einem Halt im Berginnern durch den Gotthard-Basistunnel fuhr, war besonders in Deutschland ein Erfolg. Dieses temporäre Sonderangebot hat uns auch erlaubt, Medien- und Studienvertretern die Vorzüge des Schweizer ÖV mit einem einmaligen und limitierten Angebot näher zu bringen. Die Marktmanager haben die verschiedenen Kommunikationsmittel zu den Entwicklungen am Gotthard laufend aktiv in die Märkte eingebracht.



Internationale Mediendelegation auf der Gotthard-Bergstrecke am 1. Juni 2016.

Internationale Medienpräsenz bis Ende 2016

- **Zielsetzung:** 250 Mio. Medienkontakte in den Fokus- und Aktivmärkten erreichen
- **Zielerreichung:** 446 Mio. Kontakte realisiert
- **Ranking:**
 - 164 Mio. in Deutschland
 - 68 Mio. in China
 - 62 Mio. in Japan
 - 46 Mio. in Nordamerika
 - 42 Mio. in UK
 - 33 Mio. in Italien/Rusland
 - 9 Mio. Niederlanden/Brasilien
- Weitere 900 Mio. potentielle Medienkontakte wurden über die internationalen Multimedia-mitteilungen lanciert

Internationale Vermarktungsarbeit

- **Zielsetzung:** 2'200 Reisebüromitarbeiter zum Thema Gotthard schulen
- **Zielerreichung:** über 5'700 Distributionspartner wurden in den Fokus- und Aktivmärkten geschult
- **Zielsetzung:** 15 Tour-Operator-Angebote zum Gotthard international lancieren
- **Zielerreichung:** über 25 Angebote inkl. Gotthard eingeführt: 21 in Deutschland, 2 in den Niederlanden, je 1 Angebot in Japan, UK, USA, Neuseeland, Australien und Frankreich
- Mehr als CHF 200'000 Einnahmen mit Gästen aus dem Ausland auf dem Gotthard erwirtschaftet

**Eröffnungsanlass
Gotthard-Basistunnel**
1. Juni 2016

**Internationale
Medienreise**
13.-17. September 2016

**Inbetriebnahme
Gotthard-Basistunnel**
11. Dezember 2016

«Dank dem Gotthard-Basistunnel können Reisende nun die Alpen schnell, bequem und einfach durchqueren. Wer will, kann dieses Erlebnis mit einer Fahrt auf der historischen Gotthard-Panoramamaroute optimal ergänzen.»

Maurus Lauber, CEO Swiss Travel System AG, Interview für BBC Auto, USA



Japan, Odakyu Travel – Gottardino-Reise.



Video-Statement zum Gotthard, Maurus Lauber.



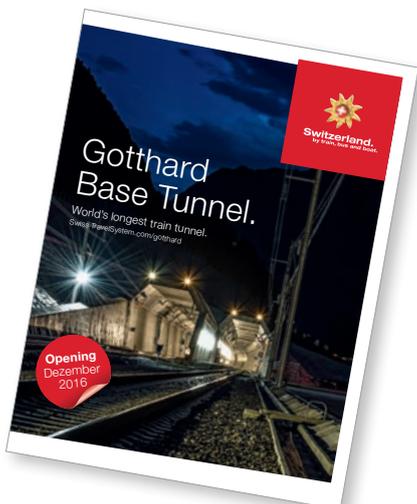
Japan, 21. November 2016.



Berichte Gotthard 2016.



Italien, 10. April 2016.



Gotthard-Flyer.

«Wir Schweizer haben seit über 100 Jahren aktiv in den ÖV investiert – der neue Gotthard-Basistunnel ist ein weiterer, toller Mosaikstein im dichtesten ÖV-Netz der Welt.»

Tabea Mandour, Projektmanagerin Gotthard, Interview mit HO Raymond, China

Bericht & Zahlen.

Lorena Oliveri, STS AG, präsentiert den Gotthard Panorama Express.

Bericht der Revisionsstelle.

An die Generalversammlung der Swiss Travel System AG, Zürich

Bericht der Revisionsstelle zur Eingeschränkten Revision

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang / Seiten 15 bis 16) der Swiss Travel System AG für das am 31. Dezember 2016 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)

Konrad Jaun

Zugelassener Revisionsexperte

Bern, 24. April 2017

Bilanz 2016.

1. Aktiven		Bilanz per 31.12.2016	Bilanz per 31.12.2015
		CHF	CHF
Umlaufvermögen			
1.1	<i>Flüssige Mittel</i>	1 581 500.85	952 872.34
1.2	<i>Forderungen aus Lieferungen und Leistungen</i>		
1.2.1	– gegenüber Dritten	15 510.40	75 776.50
1.2.2	– Delkredere	–1 300.00	–10 700.00
1.2.3	– gegenüber Beteiligten	14 387.19	214 941.79
1.3	<i>Übrige kurzfristige Forderungen</i>	0.00	0.00
1.4	<i>Aktive Rechnungsabgrenzungen</i>		
1.4.1	Aktive Rechnungsabgrenzungen	1 227.20	2 886.10
Total Umlaufvermögen		1 611 325.64	1 235 776.73
Anlagevermögen			
1.5	<i>Sachanlagen</i>		
1.5.1	Mobilien	14 100.00	18 800.00
1.5.2	EDV	22 400.00	45 350.00
Total Anlagevermögen		36 500.00	64 150.00
Total Aktiven		1 647 825.64	1 299 926.73

2. Passiven		Bilanz per 31.12.2016	Bilanz per 31.12.2015
		CHF	CHF
Fremdkapital			
2.1	<i>Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen</i>		
2.1.1	– gegenüber Dritten	494 735.67	240 527.46
2.1.2	– gegenüber Beteiligten	15 168.15	70 947.45
2.1.3	Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	77 338.60	29 532.35
2.2	<i>Passive Rechnungsabgrenzungen</i>	590 861.40	512 477.10
2.2.1	Total kurzfristiges Fremdkapital	1 178 103.82	853 484.36
Total Fremdkapital		1 178 103.82	853 484.36
Eigenkapital			
2.3	<i>Aktienkapital</i>	300 000.00	300 000.00
2.3.1	Gesetzliche Gewinnreserve	7 450.00	5 550.00
2.4	<i>Freiwillige Gewinnreserve</i>		
2.4.1	Gewinnvortrag	138 992.37	103 654.24
2.4.2	Jahresgewinn	23 279.45	37 238.13
Total Eigenkapital		469 721.82	446 442.37
Total Passiven		1 647 825.64	1 299 926.73

Erfolgsrechnung 2016.

3. Erträge

	Rechnung 2016	Rechnung 2015
Betrieblicher Ertrag	CHF	CHF
3.1 <i>Dienstleistungsertrag</i>	7 148 773.75	7 065 403.66
3.2 <i>Werbeertrag</i>	430 651.66	828 540.19
Total Ertrag	7 579 425.41	7 893 943.85
Betrieblicher Aufwand	CHF	CHF
3.3 <i>Personalaufwand</i>	-3 140 669.99	-3 200 278.60
3.4 <i>Werbeaufwand</i>	-4 000 817.91	-4 244 210.87
3.5 <i>Betriebsaufwand</i>	-381 878.70	-356 106.77
3.6 <i>Übriger betrieblicher Aufwand</i>	5 993.02	-7 684.65
Total Betriebsaufwand	-7 517 373.58	-7 808 280.89
EBITDA	62 051.83	85 662.96
3.7 <i>Abschreibungen</i>	-27 650.00	-36 561.20
EBIT	34 401.83	49 101.76
3.8 <i>Finanzertrag</i>	4 255.46	5 448.80
3.9 <i>Finanzaufwand</i>	-8 429.34	-6 549.78
3.10 <i>Finanzaufwand und Finanzertrag</i>	-4 173.88	-1 100.98
EBT	30 227.95	48 000.78
3.11 <i>Direkte Steuern</i>	-6 948.50	-10 762.65
Jahresgewinn	23 279.45	37 238.13

Anhang zur Jahresrechnung 2016.

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 CHF 10 000. 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 Mitteln im Cash Pooling am 31.12.2016 beträgt CHF 1 581 185.85.

Verbindlichkeiten gegenüber der Personalvorsorgeeinrichtung

Pensionskasse SBB	31.12.2016	31.12.2015
	CHF 29 847	CHF 0

Ergänzende Angaben zur Jahresrechnung

Anzahl Vollzeitstellen

Anzahl Vollzeitstellen ist im Jahresdurchschnitt >10 aber <50.

Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Nach dem Bilanzstichtag bis zur Verabschiedung der Jahresrechnung 2016 durch den Verwaltungsrat am 24.04.2017 sind keine wesentlichen Ereignisse eingetreten, welche die Aussagefähigkeit des Jahresabschlusses per 31.12.2016 beeinträchtigen könnten, bzw. an dieser Stelle offengelegt werden müssen.

Der Verwaltungsrat.

Armin Weber (Präsident)

Leiter Internationaler Personenverkehr, SBB AG

Urs Eberhard (Vizepräsident)

Leiter Märkte, Schweiz Tourismus

Alexander Gellner

Leiter Vermarktung/Distribution & Markt Incoming, SBB AG

Urs Kessler

CEO, Jungfraubahnen

Fernando Lehner

CEO, Matterhorn Gotthard Bahn

Niklaus Siegfried

Leiter Ertrags- und Marketing-Controlling Personenverkehr, SBB AG

Die Geschäftsleitung.



Maurus Lauber

CEO



Andreas Niederhauser

Head of Marketing Services



Christian Kaspar

Head of Market Management



Rolf Stebler

CFO

Das Team.



Pinia Ziegler

Manager HR & Assistant CEO



Lara Thoma

Manager Market Coordination & Sales Support



Nadine Meier

Manager Finance, Reporting & IT



Michelle Kälin

Manager Content & Media Projects



Fausto Zaina

Team Leader Overseas, Market Manager Asia Pacific



Ladina Wunderli

Trainee Media Relations



Andreas Nef

Market Manager Americas & IMEA



Tabea Mandour

Project Manager Gotthard



Una Jing Sun based in Beijing

Sales & Mktg. Mgr. Greater China



Stefan Sutter

Team Leader Product & Distribution



Thomas Hoffmann

Team Leader Europe, Market Manager North & East, UK



Christian Bachofner

Manager Product & Distribution



Matteo Spiller

Market Manager Europe South & West



Lorena Oliveri

Manager Marketing Communication



Christoph Leu

Market Manager Austria & Germany



Sarah Kopp

Trainee Marketing Services



Nabil Bahous

Market Manager Switzerland Incoming & MICE



Debora Pauli

Manager Online Marketing



Nathalie Röthlin

Trainee Market Management



Nadia Ficer

Manager Corporate Design & Production



Isabella Ignacchiti Drüeke

Team Leader Content & Media/Trade Communication



Carmen Schickli

Manager Corporate Design & Production

Das STS AG Team im Einsatz.



Nadia Ficer und Michelle Kälin unterwegs mit dem TV-Team für den neuen STS Winter Mood Film.



Nabil Bahous stellt das STS Sortiment auf der SCIB Meeting Trophy 2016 vor.



Andreas Niederhauser, STS AG, mit Kunal Kothari, RailEurope, am Meet-India-Workshop in Montreux.



Matteo Spiller beim Interview an der Sommerpressekonferenz in Rom.



Maurus Lauber informiert in Airolo eine Gruppe Touristiker über den Bau des alten Gotthardtunnels.



Lara Thoma und Fausto Zaina am Bahnhof Montreux, unterwegs mit der GoldenPass Line zum Swiss Travel Pass SuperStar Event.

Wir machen uns fit für die Zukunft.

Auch nach so tollen Erfolgen wie im Geschäftsjahr 2016 dürfen wir nicht stehen bleiben, im Gegenteil: Es gilt, den Schwung mitzunehmen und sich bewusst fit zu machen für die Herausforderungen der Zukunft. Dazu gleisen wir im 2017 verschiedene wegweisende Projekte auf.

Wir finalisieren die Optimierung unserer Finanzierung ab 2018 und aktualisieren gleichzeitig unsere Strategie. Im 2017 wird die Basis für eine klar verbesserte, globale Distributionslandschaft gelegt – sowohl technisch als auch kommerziell. Gleichzeitig prüfen wir, wo und wie wir unsere Marktpräsenz verstärken können, um mit lokalem Know-how weitere Mehrerträge zu generieren und zusätzliche Dienstleistungen für unsere Anbeterspartner zu erbringen. Ferner ist für das kommende Jahr geplant, unsere Bürosituation zu analysieren und ab 2018 über allfällige Alternativen zu entscheiden.

Gerne möchten wir im 2017 auch das nationale Projekt Grand Train Tour of Switzerland in der internationalen Vermarktung auf einen weiteren Level heben und zusammen mit Anbeters- und Destinationspartnern eine erhebliche Unterstützung durch Innotour beantragen.

Weitere 9 Millionen Mehrumsatz

Bei all diesen strategisch relevanten Themen sind wir auch operativ sehr gefordert. Wir bauen dieses Jahr unsere Medienarbeit aus, professionalisieren unser Contentmanagement, setzen die Onlinestrategie konsequent um und fokussieren die Social-Media-Aktivitäten. Über allem steht unser Firmenziel für das Jahr: Die Umsätze im ÖV-Incoming-Sortiment um weitere CHF 9 Mio. zu steigern. Es wird ein ganz spannendes 2017 – wir freuen uns alle darauf.

Shareholder der Swiss Travel System AG

