

Swiss Travel System.



Swiss Travel System AG.

Unternehmenspräsentation.

Februar 2024

Wir stellen uns vor.



STS AG in 90 Sekunden.



Entstehungsgeschichte.



Ein Blick zurück.

- Bis 1841 reisten Menschen nur wegen Handel, Religion, Gesundheit und Wissen/Kultur
- Reisen als Freizeitbeschäftigung wurde für die meisten Menschen erst durch die flächendeckende Erschliessung dank den Bahnen möglich
- Bis 1917 machten die Schweizer Bahnen im Ausland Werbung für die Schweiz
- Schweiz Tourismus wurde 1917 gegründet



Der Weg zur STS AG.

1989

Lancierung «Swiss Travel System» mit Flagship-Produkt «Swiss Travel Pass». Lead bei SBB Direktion Personenverkehr in Bern

1991

Schaffung der Stelle Incoming Services am Flughafen Zürich als operativer Marketing-Support

2005

Trennung der Zuständigkeiten: SBB → Überseemärkte RailAway → Europa

2009

Start Projekt WINCO «Weiterentwicklung Incoming»

2010

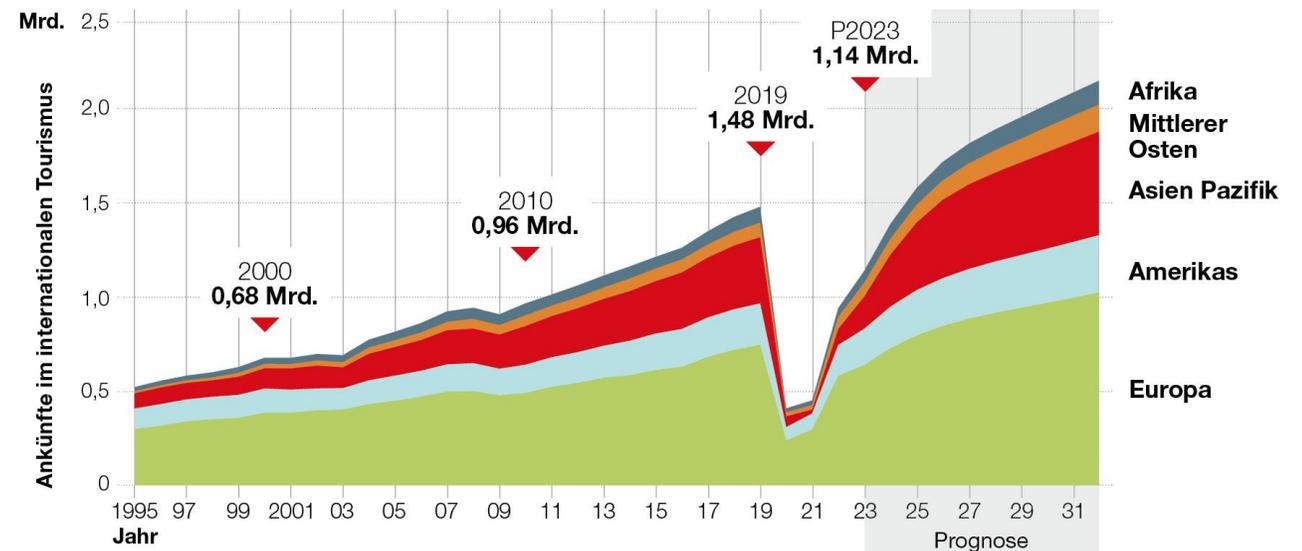
Entscheid Start der neuen Organisation STS AG per 01.01.2011*

* Geprüfte Optionen: SBB / RailAway / ST / Switzerland Travel Center, oder eigene, selbständige Organisation mit Shareholdern ÖV und ST

Im Tourismus stecken Chancen.

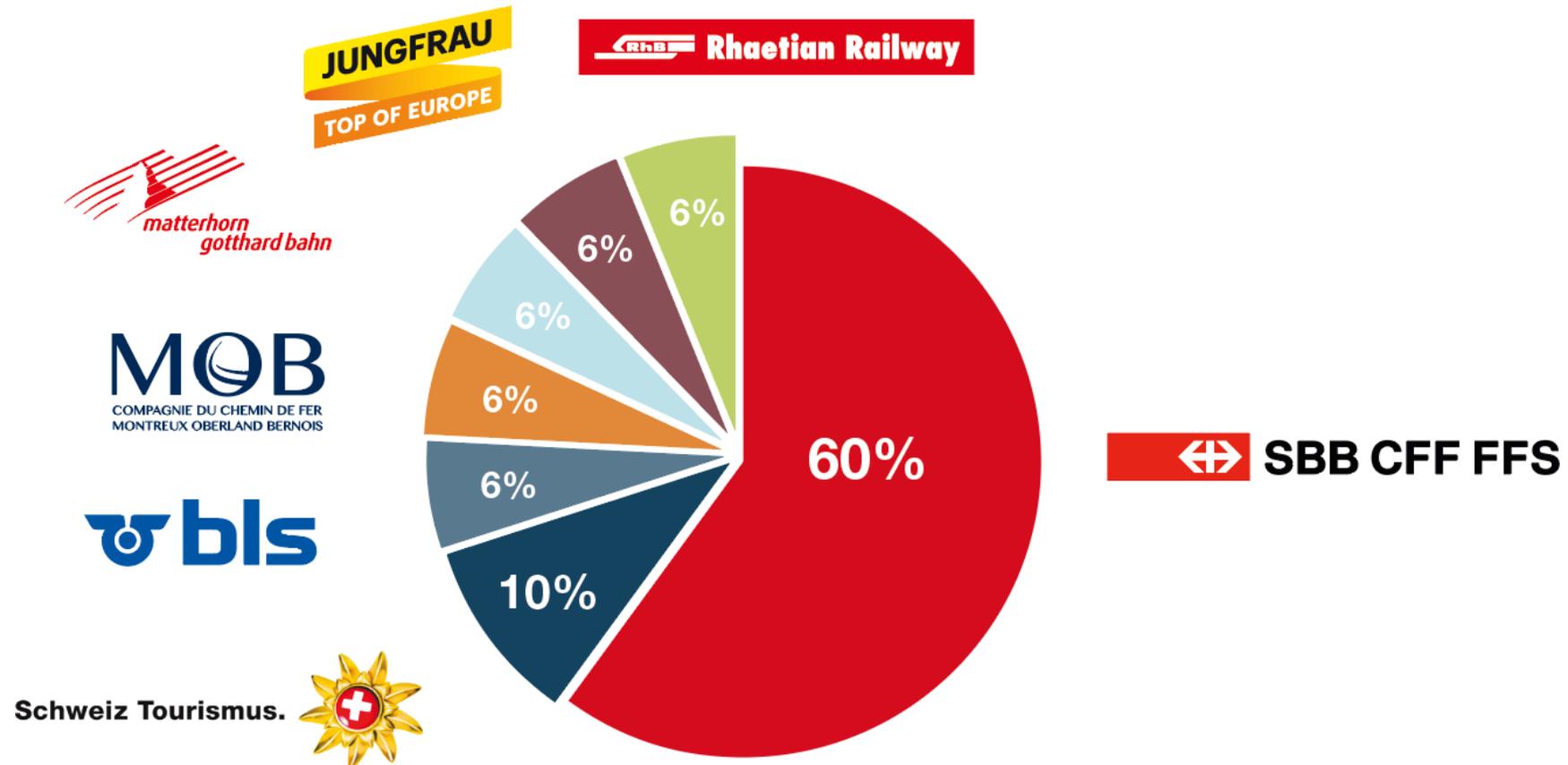
- Tourismus gehört weltweit zu den grössten Wachstumsbranchen
- In der Schweiz gibt es fast doppelt so viele Gäste wie Einwohner
- Jeder Gast benötigt während seinen Ferien eine Mobilitätslösung
- Touristen sitzen während der Haupt-Verkehrszeit noch am Frühstück
- Die Corona-Pandemie hat Reiselust nicht gebremst, sondern lediglich verzögert

Eindrückliches globales Wachstum nach Pandemie-Knick



Quelle: Oxford Economics (June 2023)

Die Aktionäre.



Vision.

Alle Gäste aus dem Ausland
reisen in der Schweiz
mit Bahn, Bus und Schiff.



Mission.

Als wichtigste Marketingagentur bieten wir unseren Mandatsgebern einen klaren Mehrwert im Bereich ÖV-Incoming-Marketing.

Unser Fokus liegt auf nachhaltigen Umsatzwachstum.



Neues aus den Märkten – alles auf einen Blick.

...s informiert.

...en Ihre Interessen in über 20 Aktivmärkten rund um den G... Sie aktuelle Auswertungen, Analysen und vieles

...märkte



Brasi...



Deusch...

Kernaufgaben der STS AG.

Unsere Hauptmandate und deren Ziele.

- **Weltweites ÖV-Mandat**

Umsatzsteigerung des gesamten ÖV Schweiz
durch Gäste aus dem Ausland
Budget: ca. 5.4 Mio. Franken



- **Anreisemandat**

Promotion des grenzüberschreitenden
Incoming-Verkehrs
Budget: ca. 1.6 Mio. Franken



Swiss Travel Pass.

- Swiss Travel Pass-Vorteile auf einen Blick:
 - Uneingeschränktes Reisen mit Bahn, Bus und Schiff
 - Öffentliche Verkehrsmittel in über 90 Städten
 - 500 Museen inklusive
 - 50% Reduktion auf Bergbahnen
- Weitere Fahrausweise:
 - Point to Point-Tickets
 - Eurail, Interrail
 - grenzüberschreitende Fahrausweise, Regionalpässe etc.



Die Zielmärkte.

Prioritätsmärkte

Europa: Deutschland, Frankreich, Italien, UK

Übersee: Greater China, Indien, Südkorea, USA

Global: Schweiz Incoming

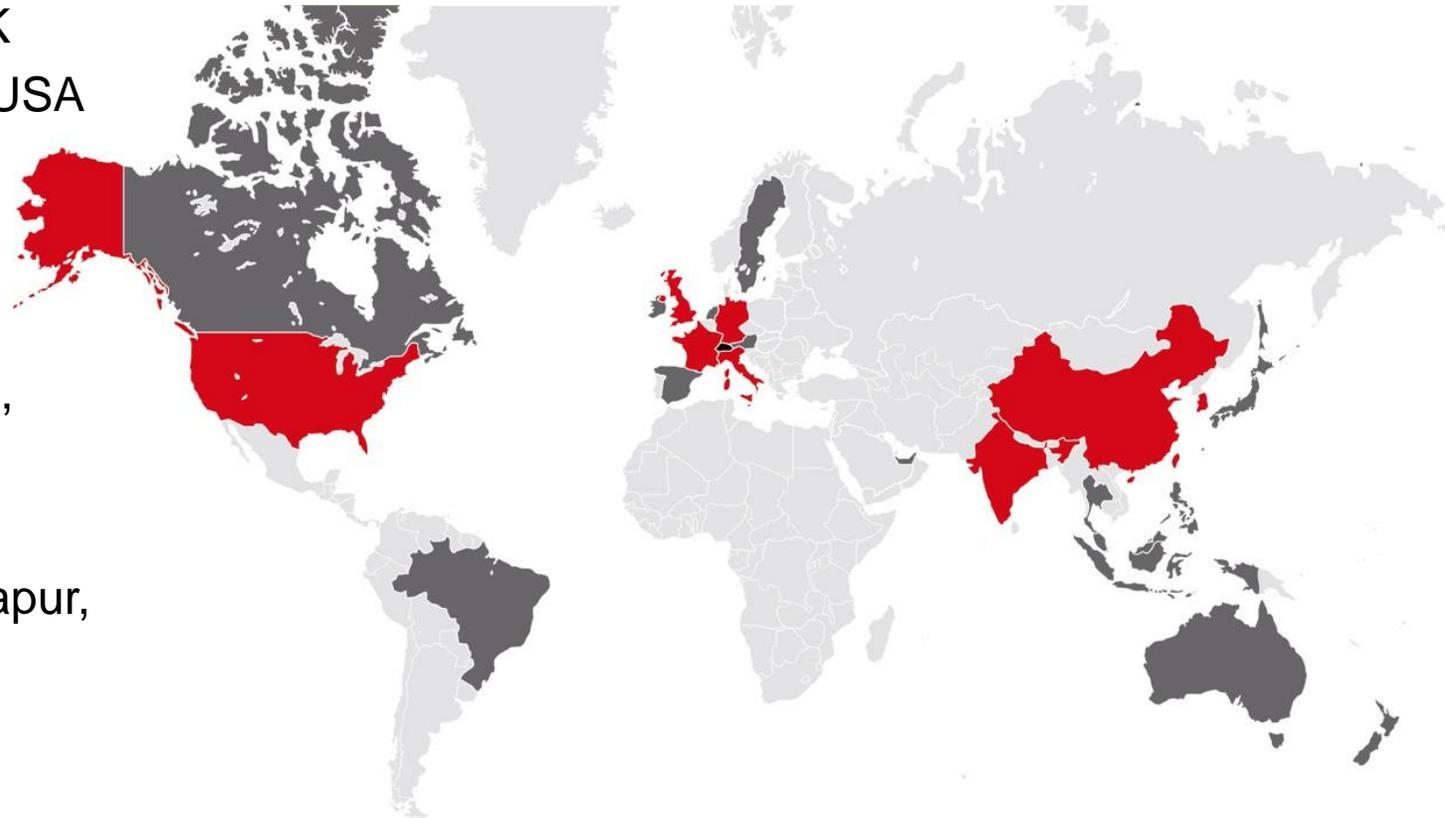
Aktivmärkte

Europa: Niederlande, Österreich, Schweden,
Spanien

Übersee: Australien, Brasilien, Indonesien,
Japan, Kanada, Malaysia, Philippinen, Singapur,
Thailand, VAE

Reaktivmärkte

Diverse Reaktivmärkte



Zielgruppen – und wie wir sie erreichen.

Strategische Stossrichtung

Die STS AG arbeitet fokussiert mit Multiplikatoren aus Trade und Media zusammen.

Durch Touchpoint-Marketing stellt die STS AG via Multiplikatoren sicher, dass die definierten Personas direkt angesprochen sind.

Media-Management



Trade-Management

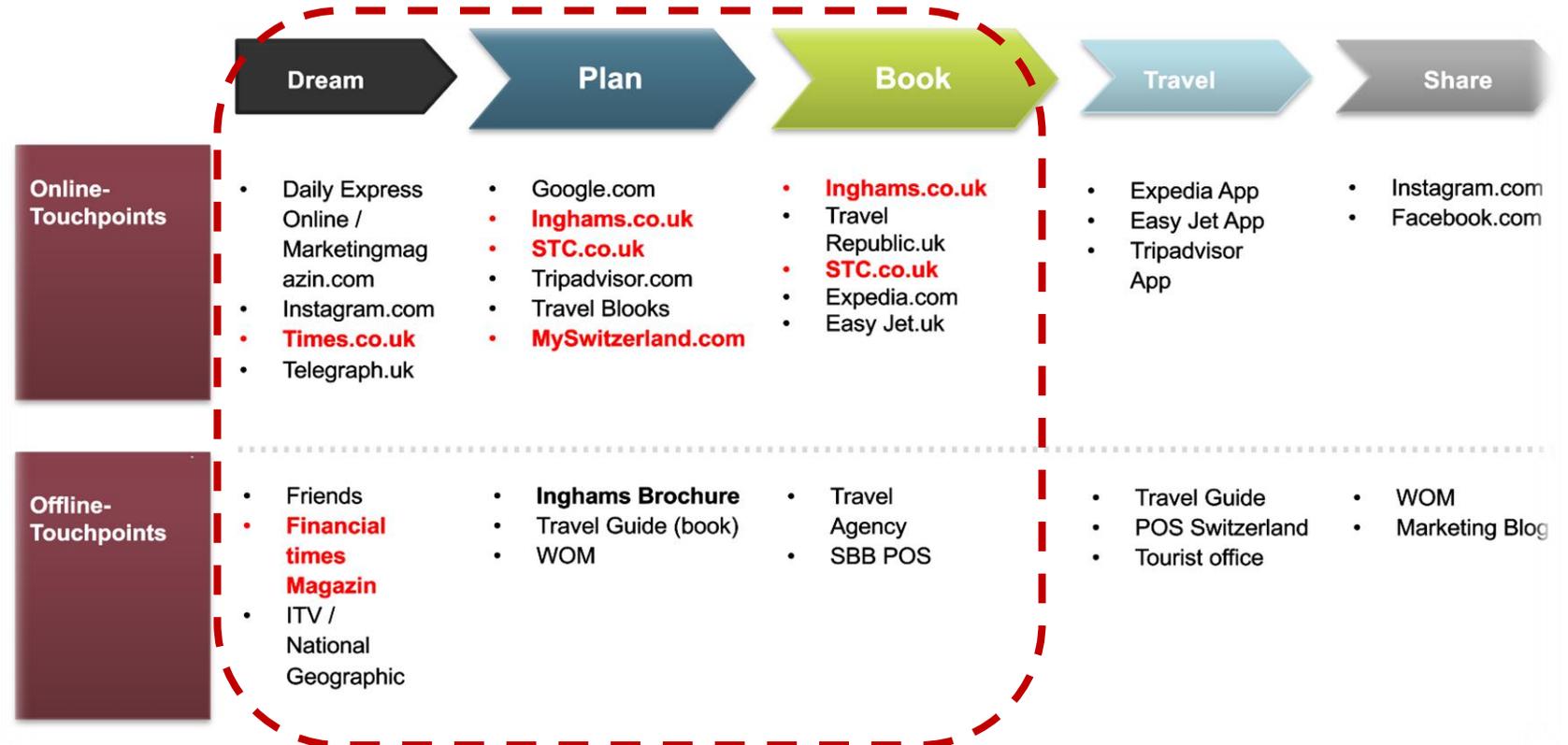


Personas

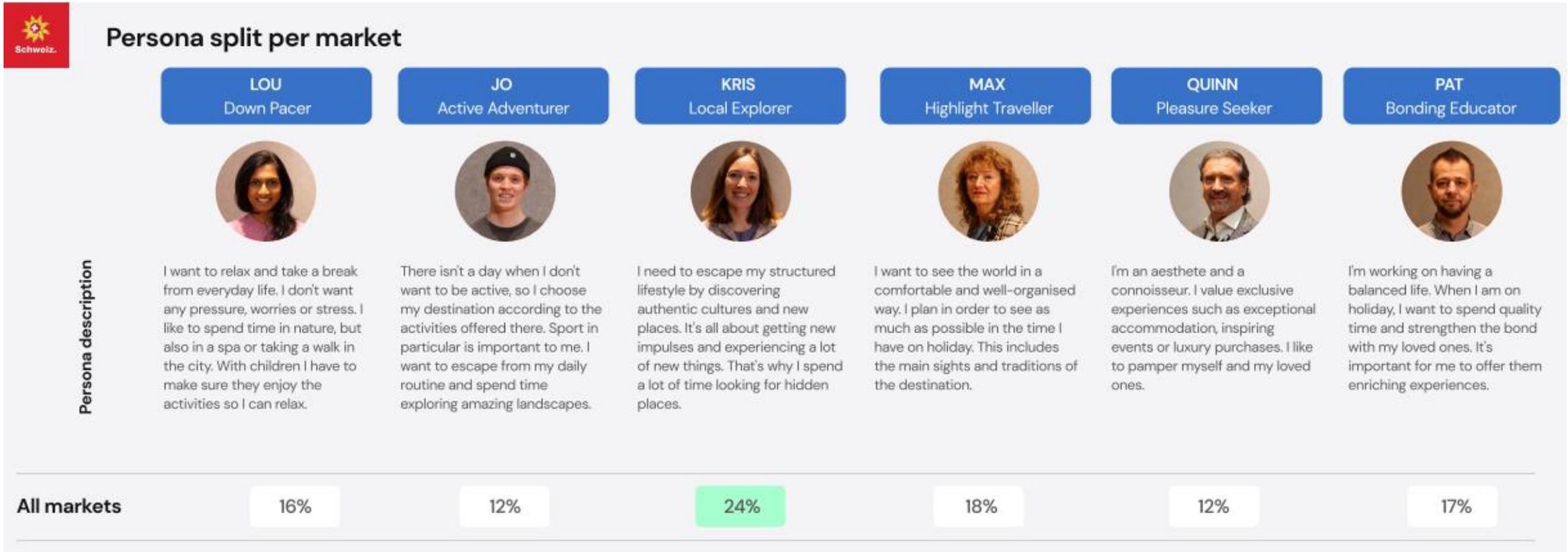
Fokus auf die STS-Touchpoints.

Die STS AG setzt den Fokus auf die Phasen «Plan» und «Book».
Die wichtigsten Touchpoints für Kommunikation und Verkauf.

Auf diesen Touchpoints werden die wichtigsten Marketingaktivitäten umgesetzt.



Ausrichtung auf die ST-Personas.

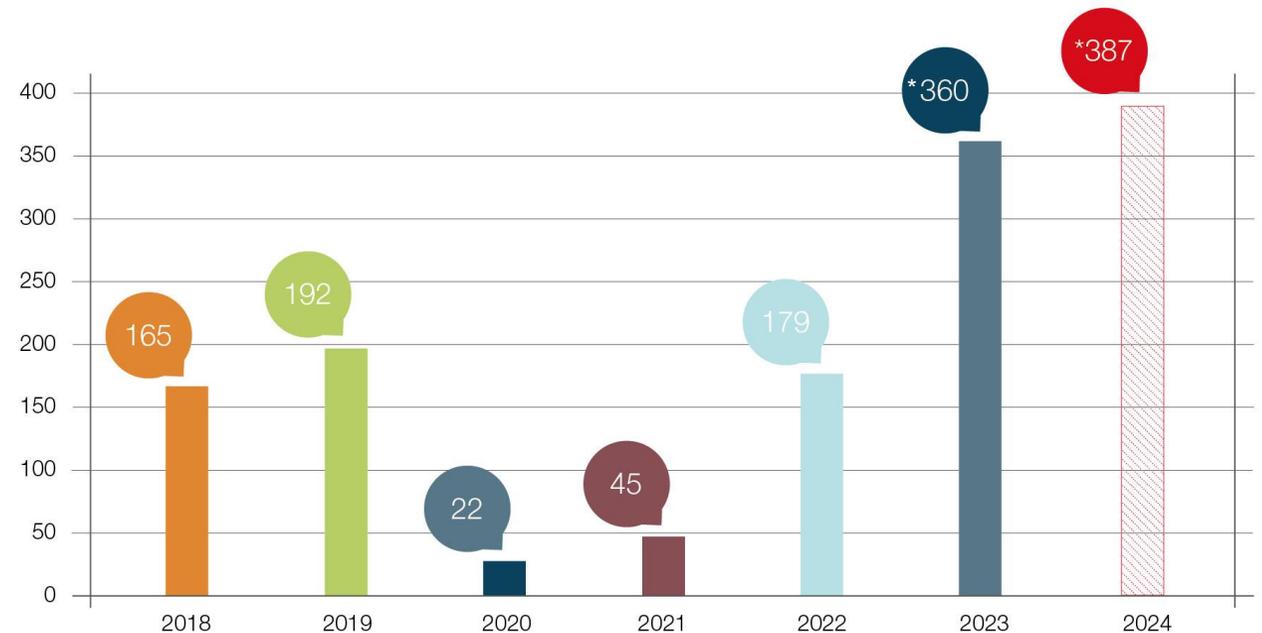


Umsätze der letzten Jahre.

Die messbaren ÖV-Umsätze durch Gäste aus dem Ausland haben sich nach der Covid-Pandemie schneller erholt als erwartet.

Seit 2023 zeichnet sich die STS AG auch für einen Teilumsatz von sbb.ch verantwortlich. Was zu einem Rekord-Umsatz 2023 von CHF 360 Mio. resultiert.

Umsätze in Mio. CHF



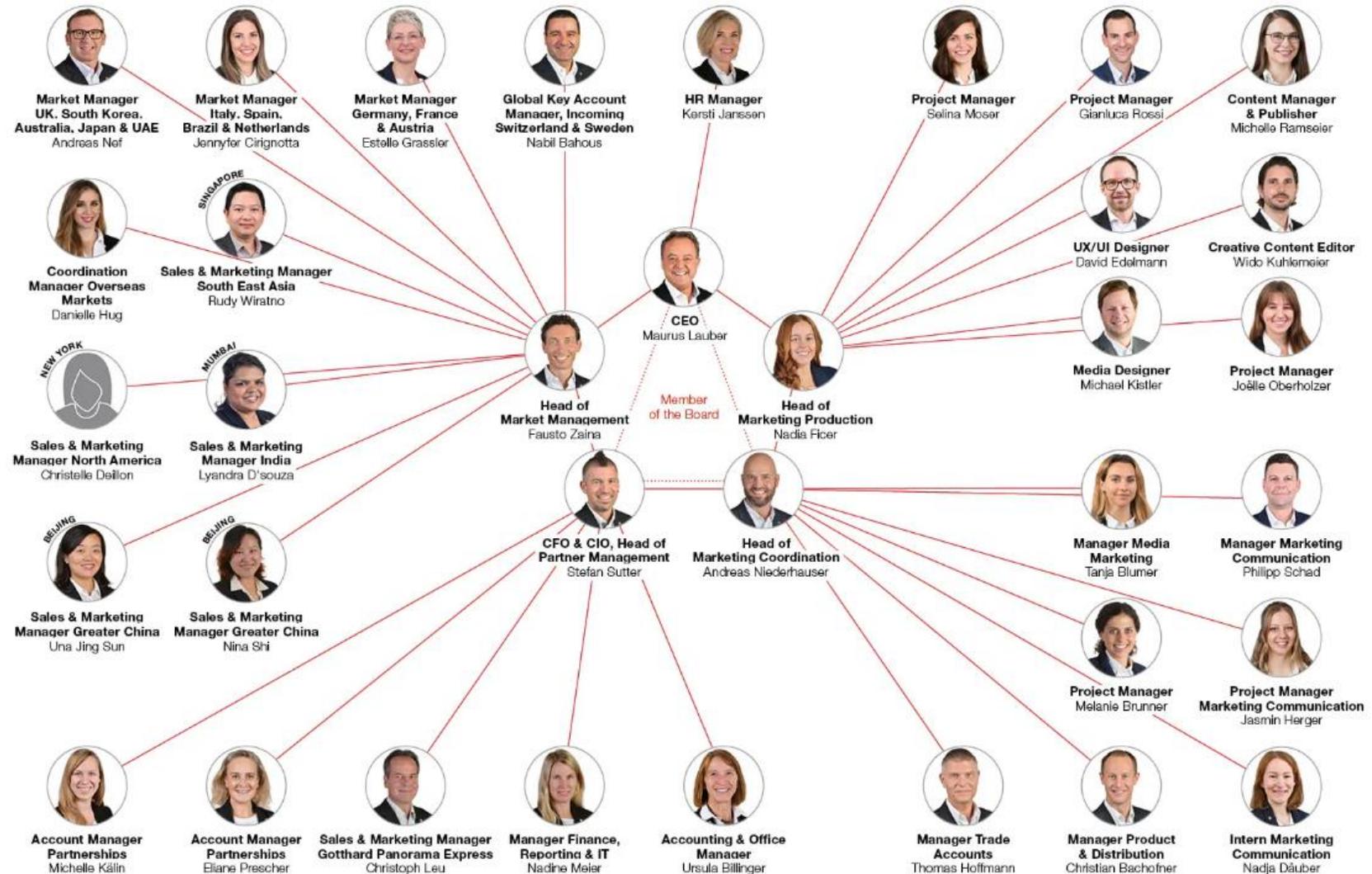
*seit 2023 inkl. sbb.ch Verkäufe an Touristen

Team.



Organigramm.

Stand:
1. Januar 2024



Die Organisation.



Partner Management:

«Wir gehen auf die Bedürfnisse unserer Mandatsgeber ein und sorgen für die Umsetzung unserer Mandate und den Wissenstransfer.»



Marketing Coordination:

«Wir steuern und koordinieren den optimalen Ressourceneinsatz zur Erreichung unserer Ertrags- und Marketingziele.»



Marketing Production:

«Wir agieren als interne Agentur und garantieren die professionelle Umsetzung der gesamten Marketingkommunikation.»



Market Management:

«Durch optimale Marktbearbeitung und breites Markt-Know-how generieren wir einen klaren Mehrwert für unsere Mandatsgeber.»



Die «Tourismus-Vermarktungs-Familie».

Organisation	Hauptfokus
Schweiz Tourismus	Promotion des Reiselandes Schweiz mit dem Ziel, die allgemeine Wertschöpfung zu steigern.
Swiss Travel System AG	Vermarktung des ÖV Schweiz im Ausland mit dem Ziel einer nachhaltigen Ertragssteigerung.
Switzerland Travel Centre	Verkauf von touristischen Angeboten der Schweiz – hauptsächlich Hotels und ÖV .
RailAway AG	Vermarktung des ÖV Schweiz im Freizeitverkehr für die nationalen Zielgruppen .



Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus.

STS AG und ST verbindet eine enge Partnerschaft, die im Markt für maximale Wiedererkennbarkeit sorgt:

- Corporate Identity und Corporate Design sind nahezu identisch, beide treten mit der Marke «Schweiz.» auf
- Swiss Travel System veröffentlicht inspirierende Inhalte für Endkunden und buchbare Angebote auf «MySwitzerland.com»
- Im Ausland stationierte Markt Manager sitzen in den Büros von Schweiz Tourismus



Schweiz.
mit Bahn, Bus und Schiff.

Das zeichnet die STS AG aus.



Unsere Werte.



Anstellungsbedingungen.



Hauptsitz beim HB Zürich



5 Wochen Ferien und ab dem
50. Altersjahr 6 Wochen Ferien



Überschaubares Team mit flachen
Hierarchien



Grosszügige Fringe Benefits



Modernste Arbeitsplätze und bis zu
50% Homeoffice



Gelegentliche Apéros und Events



Jahresarbeitszeit auf Basis der
41-Stunden-Woche



Überdurchschnittliche
Sozialversicherungsleistungen



Standort.

So finden Sie uns.

Swiss Travel System AG

Lagerstrasse 33

8004 Zürich

info@swisstravelsystem.com

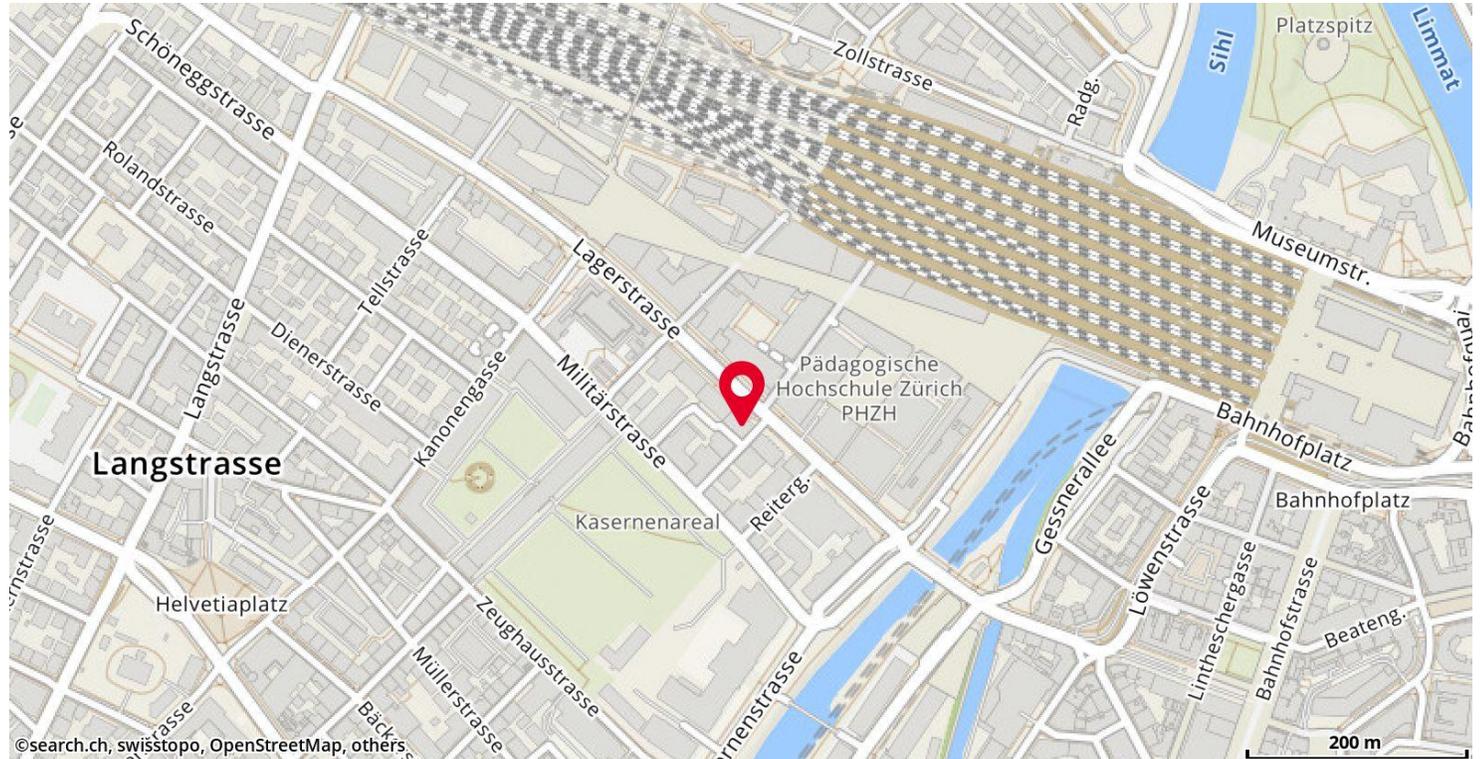
 #swisstravelsystem

 Swiss Travel System AG

 @SwissTravelSystem

 @Media_STS

 @SwissTravelSystem



5 Gehminuten vom Hauptbahnhof Zürich
15 Minuten mit Zug vom Flughafen Zürich



Schweiz.
mit Bahn, Bus und Schiff.