



# T615

Konditionen für Freizeit- und Firmenangebote sowie sonstige Ausgabebestimmungen

Ausgabe 15.12.2024

# Inhaltsverzeichnis

0	Vorbemerkungen .....	4
1	Allgemeine Bestimmungen.....	5
2	Datennutzung .....	6
20	Allgemeines .....	6
21	Ausführungsbestimmungen .....	6
3	Sparbillette und Sparklassenwechsel .....	7
30	Vorbemerkungen .....	7
31	Anwendungsbereich .....	7
32	Angebot .....	7
33	Preis .....	8
34	Ertragsausfall Halbtax.....	9
35	Reporting.....	9
36	Kosten.....	9
37	Kommunikation .....	9
4	Angebote der Tarife 601 und 654 .....	10
40	Allgemeine Bestimmungen .....	10
41	Temporäre Zusatzangebote gemäss Tarif 654 .....	10
41.1	<i>Duo-Tageskarten .....</i>	<i>10</i>
41.2	<i>Schnupper-Halbtax .....</i>	<i>11</i>
41.3	<i>Schnupper-GA .....</i>	<i>11</i>
41.4	<i>2-Tageskarte für Halbtax und Vollzahler .....</i>	<i>11</i>
41.5	<i>Halbtax Gutschein CHF 30.00 .....</i>	<i>11</i>
41.6	<i>GA-Gutschein CHF 500.00 resp. CHF 850.00.....</i>	<i>11</i>
42	Temporäre Zusatzangebote gemäss Tarif 600 .....	12
5	Freizeitangebote .....	13
50	Allgemeine Bestimmungen .....	13
51	Durch RailAway gewährte Rabattsätze und Bestimmungen .....	13
51.1	<i>Gruppenreisen .....</i>	<i>13</i>
51.2	<i>Individualreisende .....</i>	<i>13</i>
51.22	<i>RailAway Hitkonzept.....</i>	<i>14</i>
51.3	<i>Verkaufsförderungsaktionen im Rahmen von gezielten Partnerschaften .....</i>	<i>14</i>
52	Bestimmungen für Transportunternehmen .....	14
52.1	<i>Allgemeines.....</i>	<i>14</i>
52.2	<i>Rahmenbedingungen für die Transportunternehmen .....</i>	<i>14</i>
52.3	<i>Gewährte Rabatte für die durch die Transportunternehmen erschlossene Region .....</i>	<i>14</i>
54	Controlling .....	15
55	Erstattungen der Kombi-Angebote.....	15
56	Provisionierung .....	15
57	Spezialbillette.....	15
57.1	<i>Fertiggedruckte Spezialbillette.....</i>	<i>15</i>
57.2	<i>Spezialbillette als E-Ticket mit NGW Coupon-Code über den SBB Ticketshop und CASA.....</i>	<i>16</i>
6	Swiss Travel System AG .....	17
60	Allgemeines .....	17
61	öV-Mandat .....	17
7	Firmenangebote .....	19
70	Abgrenzung.....	19
71	Voraussetzungen.....	19
72	Online-Rabattmodell .....	19
72.1	<i>Rabattberechtigter Umsatz .....</i>	<i>19</i>
72.2	<i>Rabattmodell.....</i>	<i>19</i>
72.3	<i>Zusätzliche Rabattierung bei Vollintegration .....</i>	<i>20</i>
72.4	<i>Umsatzbonus.....</i>	<i>20</i>

72.5	<i>Berechnung</i> .....	20
<b>73</b>	<b>Offline-Rabattmodell</b> .....	<b>21</b>
73.1	<i>Rabattberechtigter Umsatz</i> .....	21
73.2	<i>Rabattmodell</i> .....	21
73.3	<i>öV-Pendlerbonus Schweiz</i> .....	21
<b>74</b>	<b>Controlling</b> .....	<b>21</b>
<b>8</b>	<b>Preise</b> .....	<b>22</b>
<b>80</b>	<b>Temporäre Zusatzangebote gemäss Tarif 654</b> .....	<b>22</b>
<b>9</b>	<b>Internationaler Verkehr</b> .....	<b>23</b>
<b>90</b>	<b>Allgemeines</b> .....	<b>23</b>
<b>91</b>	<b>Non reservation Ticket (NRT)</b> .....	<b>23</b>
91.1	<i>Tariferstellung</i> .....	23
91.2	<i>Wechselkurs</i> .....	23
91.3	<i>Verhandlungsmandat mit ausländischen Partnerbahnen</i> .....	23
91.4	<i>Temporäre Preisaktionen</i> .....	24
91.5	<i>Finanzierung</i> .....	24
<b>92</b>	<b>Included reservation Ticket (IRT)</b> .....	<b>24</b>
<b>93</b>	<b>Eurail und Interrail</b> .....	<b>24</b>
93.1	<i>Tariferstellung – Eurail/Interrail</i> .....	24
93.2	<i>Eurail Interrail Gremium (Schweiz)</i> .....	24
93.3	<i>Finanzierung</i> .....	24
<b>10</b>	<b>Anhang</b> .....	<b>25</b>
<b>100</b>	<b>STS-Vertrag</b> .....	<b>25</b>

## 0 Vorbemerkungen

- 00.00 Für die Beförderung der auf Grund der Konditionen für Freizeit- und Firmenangebote reisenden Personen gelten, sofern nachstehend nicht anderes bestimmt ist, folgende Tarife:
- 600 Gemeinsame Tarif-Nebenbestimmungen für den Nationalen Direkten Verkehr und die Verbünde
  - 601 Allgemeiner Personentarif
  - 600.3 Fahrvergünstigung für Kinder
  - 600.7 City-Ticket
  - 600.9 Erstattungen
  - 601.10 Tarif für Sparbillette
  - 602 Gepäck
  - 605 Vorschriften für die Beförderung von Personen über Gemeinschaftsstrecken
  - 652 Tarif für Mehrfahrtenkarten
  - 654 Tarif für General-, Halbtaxabonnement, GA Night und Zusatzangebote
  - 673 Tarif für Incoming-Angebote
- 00.01 Des Weiteren sind für alle unter Ziffer 10.00 genannten Angebote die Vorschriften über den Verkauf im direkten Personen- und Gepäckverkehr (570) einzuhalten.
- 00.02 In den Preisen ist die Mehrwertsteuer zum gesetzlichen Normalsatz inbegriffen.
- 00.03 Die Konditionen für Freizeit- und Firmenangebote sowie sonstige Ausgabebestimmungen sind ausschliesslich für den Dienstgebrauch bestimmt und dürfen Drittpersonen weder ausgehändigt noch zur Einsicht gegeben werden.
- 00.04 Dieser Tarif wurde in deutscher, französischer und italienischer Sprache abgefasst. In Zweifelsfällen gilt die deutsche Fassung.
- 00.05 In diesem Tarif wird aus Gründen der besseren Lesbarkeit das generische Maskulinum verwendet.

# 1 Allgemeine Bestimmungen

10.00 Diese Vorschriften enthalten die Konditionen von folgenden Angeboten:

- Sparbillette
- Temporäre Zusatzangebote gemäss Tarif 601 und Tarif 654, Ziffer 10
- Freizeitangebote: Rabattsätze RailAway und durch Online-Shops der Transportunternehmen gewährte Rabatte und Bestimmungen
- Firmenangebote, welche nicht im Regelangebot enthalten sind.

Die öffentlichen Bestimmungen zu den jeweiligen Angeboten finden sich in den einzelnen Tarifen.

## **2 Datennutzung**

### **20 Allgemeines**

- 20.00 Inhaberin der Kundendaten des NDV ist die Gesamtheit der am NDV beteiligten Transportunternehmen, welche eine einfache Gesellschaft darstellt. Weil eine einfache Gesellschaft keine eigene Rechtspersönlichkeit aufweist, also nicht Inhaberin von Rechten und Pflichten sein kann, ist nicht der NDV Inhaber der Daten, sondern jedes einzelne Transportunternehmen hat Miteigentumsrechte. Durch den Verkauf von NDV-Fahrausweisen lässt sich für das verkaufende Transportunternehmen (Vermittler-TU) keine Inhaberschaft an den beim Verkauf erhobenen Kundendaten ableiten. Zuständig für den Entscheid, was mit den Daten passiert, welche durch den Verkauf von NDV-Fahrausweisen erhoben werden, sind die verschiedenen Gremien des NDV.
- 20.01 Das Mandat für die Vermarktung der Angebote des NDV sowie den Betrieb der Kundendatenbank des NDV liegt gemäss Pflichtenheft NDV-Mandat ausschliesslich beim Auftragnehmer (derzeit SBB). Gemäss «Regelwerk Datennutzung öV (ReDÖV)» können die TU spezifische Marketingkampagnen mit personalisierten Kundendaten der NDV-Fahrausweise auslösen.

### **21 Ausführungsbestimmungen**

- 21.00 Die detaillierten Bestimmungen sind im Ue500 in der Anlage 16 «Regelwerk Datennutzung öV der Alliance SwissPass (ReDÖV)» festgehalten.

## 3 Sparbillette und Sparklassenwechsel

### 30 Vorbemerkungen

- 30.00 Für die Beförderung von Personen, die mit Sparbilletten oder Sparklassenwechsel reisen, gilt, soweit nachstehend nicht etwas anderes bestimmt ist, der Tarif 600 («Gemeinsame Tarif-Nebenbestimmungen für den Nationalen Direkten Verkehr und die Verbünde»), insbesondere Ziffer 3 E-Tickets, sowie der Tarif 601.10.

### 31 Anwendungsbereich

- 31.00 Mit Inkrafttreten des Tarifs werden die Linien aller Transportunternehmen zu 0% Rabatt verknüpft (Verknüpfung mit dem Normaltarif). Die **passive** Teilnahme an den Sparbilletten und Sparklassenwechsel löst keine zusätzlichen Aufwände bei den TU aus.

Jedes Transportunternehmen kann über die Ziffern 33.02 und 33.03 beschriebenen Instrumente Rabatte auf ihren Linien gewähren. Diese Transportunternehmen werden im Folgenden als **aktiv** teilnehmende Transportunternehmen bezeichnet.

### 32 Angebot

- 32.00 Sparbillette und Sparklassenwechsel sind frühestens 6 Monate vor dem gewünschten Reisetag erhältlich. Sie sind max. bis 1 Stunde vor Abfahrt erhältlich. Bei ermässigten Anschlussbilletten an internationale Reisen kann die Vorverkaufsfrist 6 Monate betragen.

#### 32.01 Angebotsmanagement

Die Transportunternehmen können das Angebot auf ihren Linien selbstständig einstellen. Zu diesem Zweck stellt der NDV-Mandatsträger den gemäss Ziffer 31.00 aktiv teilnehmenden Transportunternehmen ein web-basiertes Management Tool zur Verfügung.

Verzichtet ein Transportunternehmen auf ein selbstständiges Angebotsmanagement, wird dies durch den NDV-Mandatsträger erbracht. Anfragen und Bestellungen können an [sparbillette.partner@sbb.ch](mailto:sparbillette.partner@sbb.ch) gesendet werden.

Änderungen können durch die Transportunternehmen bis 7 Arbeitstage vor dem ersten Verkaufstag eingegeben werden. Bei Nicht-Einhalten dieser Frist kann die Änderung durch den NDV-Mandatsträger abgelehnt werden und wird in der üblichen Frist erbracht. Änderungen werden nur in der entsprechenden Form akzeptiert. Bei Angebotsanpassungen, die den üblichen Rahmen übersteigen, können längere Fristen gelten.

### 33 Preis

#### 33.00 Generelle Parameter

Es werden die folgenden generellen Parameter festgelegt:

<b>Rabatt absolut bestimmen</b>	Minimalrabatt 1. Klasse	CHF 1.50
	Minimalrabatt 2. Klasse	CHF 1.00
	Maximalrabatt 1. Klasse	CHF 120.00
	Maximalrabatt 2. Klasse	CHF 120.00
<b>Minimalpreise bestimmen</b>	1. Klasse	CHF 2.70
	2. Klasse	CHF 2.20
<b>Verbunde</b>	Für Verbindungen innerhalb folgender integraler Tarifverbunde werden Sparbillette angeboten: <ul style="list-style-type: none"><li>• T651.05 Passepartout</li><li>• T651.13 Ostwind.</li><li>• T651.04 Frimobil</li><li>• T651.22 Mobilis</li></ul> In anderen integralen Tarifverbunden werden keine Sparbillette angeboten. Es werden keine Sparklassenwechsel für Verbindungen innerhalb integraler Tarifverbunde angeboten.	

#### 33.01 Preisbildung

Die Sparbillette und Sparklassenwechsel werden zu dem am Geltungstag geltenden Preis abgegeben.

Bei Sparbilletten und Sparklassenwechsel die mehrere Teilverbindungen resp. Abschnitte beinhalten, können verschiedene Rabatte auf den Normaltarif (T601) pro Abschnitt/Kurs zur Anwendung kommen. Die verschiedenen Rabatte pro Abschnitt werden mit den Tarifkilometern gewichtet und zum Endkundenrabatt aggregiert. Die Regeln für Preis- und Kilometeranstoss werden dabei berücksichtigt. Der Endkundenrabatt wird jeweils auf 5% abgerundet. Die Einnahmenverteilung läuft spitz unter der Berücksichtigung des gewährten Rabatts je Transportunternehmen und Abschnitt.

#### 33.02 Kontingentierung

Jedes aktive Transportunternehmen kann beliebig verschiedene Kontingentschemen definieren. Ein Kontingentschema beinhaltet die Anzahl an Sparbilletten je Klasse und Rabattstufe (siehe Ziffer 33.00). Zudem wird festgehalten, wie viele Tage vor der Reise jede Rabattstufe verfällt und somit nicht mehr angeboten wird. Das definierte Angebot in der 1. Klasse gilt ebenfalls für den Sparklassenwechsel.

Jedes Transportunternehmen kann auf seinen Verkehrsmitteln einerseits ein Default-Kontingentschema anbieten und andererseits nach folgenden Kriterien differenzierte Kontingentschemen anwenden: Zugnummer, Debicode, Teilverbindung (von Haltestelle nach Haltestelle), Wochentagtyp (Werktag, Samstag, Sonntag) und Zuggattung (z.B. S-Bahn, R, RE, Schiff).

Jedes Transportunternehmen kann beliebig festlegen, in welchem Zeitraum diese Kontingentschemen angewandt werden.

Der DV-Mandatsträger bewirtschaftet einen Transportunternehmen-übergreifenden Verbindungsfilter, welcher Regeln für gesamte Relationen definiert.

So können bei grossen Veranstaltungen z.B. Zielorte für sämtliche Sparbillette gesperrt werden. Der DV-Mandatsträger berichtet regelmässig über die Einstellungen des Verbindungsfilters.

#### 33.03 Rabattstufen

Jedes aktiv teilnehmende Transportunternehmen kann die Rabattstufen selbstständig festlegen und beliebig viele Kombinationen anwenden. Dabei sind folgende Rahmenbedingungen zu beachten:

- Der minimale Rabattsatz beträgt 10% für Vollzahler und für Halbtax-Besitzer (auf den Halbtax-Preis «Reduziert ½»)

- Der maximale Rabattsatz beträgt 70% für Vollzahler und für Halbtax-Besitzer (auf den Halbtax-Preis «Reduziert ½»)

Ist ein Kontingent voll ausverkauft wird der entsprechende Halteabschnitt mit dem Normaltarif verknüpft (0% Rabatt)

### **34 Ertragsausfall Halbtax**

34.00 Die Transportunternehmen sind berechtigt, Halbtax-Ertragsausfälle aus Verkäufen von Sparbilletten und Sparklassenwechsel anzumelden. Der Ausfall wird dabei wie folgt berechnet.

$$\text{Normaler Halbtaxausfall} * (1 - \text{gewährter Rabatt auf Teilverbindung})$$

wobei der normale Halbtaxausfall die Differenz zwischen dem Vollpreis und dem halben Preis bezeichnet.

Dadurch wird die Konsistenz des Angebots gewährleistet: der Halbtaxausfall gemäss Normaltarif wird um den von dem Transportunternehmen gewährten Rabatt reduziert.

### **35 Reporting**

35.00 Der NDV-Mandatsträger stellt jedem aktiv teilnehmenden Transportunternehmen ein wöchentliches und monatliches Reporting der Verkäufe zu.

35.01 Der NDV-Mandatsträger erstellt jährlich eine Zusammenstellung der Halbtax-Ertragsausfälle je Transportunternehmen und meldet diese direkt an die Alliance SwissPass.

35.02 Weitere Auswertungen können beim NDV-Mandatsträger angefordert werden und werden nach Verfügbarkeit zugestellt.

### **36 Kosten**

36.00 Die anfallenden Betriebskosten des Systems werden durch die SBB getragen. Die Aufwände zum allgemeinen Management des Angebots werden im Rahmen des NDV-Mandats ausgewiesen und verrechnet.

### **37 Kommunikation**

37.00 Die Marketing-Kommunikation der Sparbillette und Sparklassenwechsel wird durch den NDV-Mandatsträger sichergestellt. Wichtigste Plattformen sind dabei die Seite [www.sbb.ch/sparbillette](http://www.sbb.ch/sparbillette). Es werden regelmässig Kampagnen durchgeführt, um die Bekanntheit und den Absatz der Sparbillette und Sparklassenwechsel nachhaltig zu steigern. Dabei wird über verschiedene Online- und Offline-Medien kommuniziert (z.B. Banner-Kampagnen, Google AdWords, Plakate, PR-Artikel usw.). Die Unterstützung durch Partner bei der Kommunikation sowie die diesbezügliche Abstimmung von Massnahmen ist sehr erwünscht und erfolgt über die SBB (Kontakt: [sparbillette.partner@sbb.ch](mailto:sparbillette.partner@sbb.ch)).

## 4 Angebote der Tarife 601 und 654

### 40 Allgemeine Bestimmungen

40.00 Die temporären Zusatzangebote gemäss Tarif 654 sind nicht dauernd im Angebot und an spezielle Konditionen geknüpft.

Die temporären Zusatzangebote gemäss Ziffern 41 und 42 werden ausschliesslich in Zusammenarbeit mit Dritten (Medienpartner, Verbände, Firmen, Vereine, usw.) vertrieben. Der Vertrieb wird durch SBB Verkehr – Marketing und Preis & Sortiment oder durch die Verantwortlichen einer Verkaufsregion (VRM/Account Manager), resp. eines Transportunternehmens organisiert. Die öffentlichen Bestimmungen befinden sich in den Tarifen 601 und 654.

Der Einsatz der temporären Zusatzangebote sowie die Endpreise werden über öffentliche Publikationen sowie im Infoportal öV publiziert.

Zum Abschluss von Verträgen mit Partnern sind einzig die zentralen Dienste eines Transportunternehmens ermächtigt. Sie sind verpflichtet

- das Angebot mit dem Mandatsnehmer (aktuell SBB) abzusprechen.
- die Alliance SwissPass über das vereinbarte Angebot zu informieren.
- das betroffene Verkaufs- und Kontrollpersonal rechtzeitig über das Angebot zu informieren.

40.01 Einsatz: Die temporären Zusatzangebote gemäss Ziffern 41 und 42 können grundsätzlich in einer oder mehreren verschiedenen Kategorien eingesetzt werden. Folgende Möglichkeiten bestehen:

#### **0 Kategorie «Nationale Partnerschaften»**

- 0.1 Firmen und deren Kunden
- 0.2 Medien- oder übrige Partnerschaften (national)
- 0.3 Verbände und deren Mitglieder

#### **1 Kategorie «Regionale Partnerschaften»**

- 1.1 Firmen und deren Kunden
- 1.2 Medien- oder übrige Partnerschaften (regional)

#### **2 Kategorie «Firmen»**

- 2.1 Mitarbeiter Angebote (Mitarbeiter oder Firma zahlt)
- 2.2 Dankeschön-Angebote (Firma zahlt)

40.02 Preise gemäss Ziffer 8: Nebst den Preisen für das Erwachsenen-Segment gibt es je nach Angebot differenzierte Preise für das Jugend-Segment. Diese Preise können nur angeboten werden, wenn die Partneraktion ausschliesslich für Kunden in diesem Segment zugänglich ist. Massgebend ist die Altersgrenze des Jugend-Segments beim Partner und nicht die offizielle Altersgrenze für Jugendliche im öV. Es ist die Aufgabe des jeweiligen Kampagnenmanagers sicherzustellen, dass diese Vorgabe eingehalten wird.

### 41 Temporäre Zusatzangebote gemäss Tarif 654

#### 41.1 Duo-Tageskarten

##### 41.10 Öffentliche Bestimmungen

Die Bestimmungen der Duo-Tageskarten sind im Tarif 654, Ziffer 10.3 enthalten.

##### 41.11 Einsatz

Duo-Tageskarten können in **allen** Kategorien gemäss Ziffer 40.01 eingesetzt werden.

## **41.2 Schnupper-Halbtax**

### **41.20 Öffentliche Bestimmungen**

Die Bestimmungen des Schnupper-Halbtax sind im Tarif 654, Ziffer 8.2 enthalten.

### **41.21 Einsatz**

Das Schnupper-Halbtax kann in der Kategorie 1 «Regionale Partnerschaften» gemäss Ziffer 40.01 eingesetzt werden.

Wird innerhalb von fünf Monaten ab Kaufdatum (nicht EGT) des Schnupper-Halbtax ein Halbtax aus dem Standardsortiment (alle Segmente) gekauft, wird das Schnupper-GA gemäss Ziffer 80 angerechnet. Die Einlösefrist ist auf dem jeweiligen Coupon ersichtlich.

## **41.3 Schnupper-GA**

### **41.30 Öffentliche Bestimmungen**

Die Bestimmungen des Schnupper-GA sind im Tarif 654, Ziffer 8.2 enthalten.

### **41.31 Einsatz**

Das Schnupper-GA kann in der Kategorie 0 «Nationale Partnerschaften» und Kategorie 1 «Regionale Partnerschaften» gemäss Ziffer 40.01 eingesetzt werden.

Wird innerhalb von fünf Monaten ab Kaufdatum (nicht EGT) des Schnupper-GA ein GA aus dem Standardsortiment (alle Segmente, beide Zahlungsintervalle) gekauft, wird das Schnupper-GA gemäss Ziffer 80 angerechnet. Die Einlösefrist ist auf dem jeweiligen Coupon ersichtlich.

## **41.4 2-Tageskarte für Halbtax und Vollzahler**

### **41.40 Öffentliche Bestimmungen**

Die Bestimmungen der 2-Tageskarte für Halbtax und Vollzahler sind im Tarif 654, Ziffer 10.4 enthalten.

### **41.41 Einsatz**

2-Tageskarten für Halbtax und Vollzahler können in **allen** Kategorien gemäss Ziffer 40.01 eingesetzt werden.

## **41.5 Halbtax Gutschein CHF 30.00**

### **41.50 Öffentliche Bestimmungen**

Es gibt keine öffentlichen Bestimmungen zum Halbtax Gutschein CHF 30.00.

### **41.51 Einsatz**

Halbtax Gutscheine können in **allen** Kategorien gemäss Ziffer 40.01 eingesetzt werden.

## **41.6 GA-Gutschein CHF 500.00 resp. CHF 850.00**

### **41.60 Öffentliche Bestimmungen**

Es gibt keine öffentlichen Bestimmungen zum GA-Gutschein CHF 500.00 (anrechenbar an ein GA 2. Klasse, Monats- und Jahresrechnung) respektive CHF 850.00 (anrechenbar an ein GA 1. Klasse, Monats- und Jahresrechnung).

#### **41.61 Einsatz**

GA-Gutscheine können in allen Kategorien gemäss Ziffer 40.01 eingesetzt werden.

### **42 Temporäre Zusatzangebote gemäss Tarif 600**

#### **42.1 Ermässigte Hin- und Rückfahrten**

##### **42.10 Öffentliche Bestimmungen**

Die Bestimmungen des Normaltarifs, welche als Grundlage für die «**reduzierte Hin- und Rückfahrten**» dienen, sind im Tarif 601 enthalten.

##### **42.11 Gewährte Rabatte**

Es dürfen maximal 30% Ermässigung auf streckenbezogene Fahrausweise (Produkt 125) gewährt werden.

##### **42.12 Einsatz**

Reduzierte Hin- und Rückfahrten können in der Kategorie «Nationale Partnerschaften» gemäss Ziffer 40.01 eingesetzt werden.

## 5 Freizeitangebote

### 50 Allgemeine Bestimmungen

50.00 Ab dem 01.01.2025 besteht das Businessmodell von RailAway im Wesentlichen aus einem neuen Hitkonzept mit Rabattmodell. Dies mit dem Fokus auf die Angebotskommunikation und dem Ausbau des digitalen Branchenmarktplatzes. Das Hitkonzept sieht eine lenkungswirksame Methodik vor, um die öV-Rabatte auf das Marktpotenzial auszurichten. Dazu steht RailAway ein maximales Rabattvolumen zur exklusiven Ausspielung im gesamten öV zur Verfügung und wird durch die Gremien der Alliance SwissPass (gemäss Ue500) beschlossen. Die Ausspielung der kontingentierten Hitangebote wird unter Berücksichtigung allfälliger Bedürfnisse von Transportunternehmen und Verbänden geplant. Ferner gibt es weiterbestehende Rabattkompetenzen, welche durch RailAway AG und jedes weitere Transportunternehmen gewährt werden dürfen.

50.01 Die aufgeführten Rabattsätze gelten nicht automatisch für Kombi-Angebote in Zusammenarbeit mit Tarif- oder Verkehrsverbänden. Hierzu bestehen separate Abmachungen zwischen der RailAway AG und den entsprechenden Tarif- bzw. Verkehrsverbänden. Das Rabattmodell mit dem Rabattpf gilt für den Nationalen Direkten Verkehr (NDV) sowie für alle teilnehmenden Tarif- und Verkehrsverbände. Die Teilnahme des Verbundes wird durch eine Zusatzvereinbarung 4 Rabattmodell RailAway geregelt.

### 51 Durch RailAway gewährte Rabattsätze und Bestimmungen

#### 51.1 Gruppenreisen

51.10 RailAway kauft Kombiangebote für Gruppenreisen ein. Die Vermarktung der Angebote erfolgt über RailAway.

51.11 Die gewährten Rabatte entsprechen dem Allgemeinen Personentarif 601, Kapitel 5 (Gruppenreisen).

Kategorien	Rabatt
Gruppen	Gemäss Tarif 601 (30%)

51.12 Für Eventzüge bzw. Publikumsfahrten werden spezielle Fahrausweise (evtl. auch als Kombi) angeboten. Das Risiko für den Extrazug liegt beim Veranstalter der Publikumsfahrt.

Kombi-Ticket (Bahnfahrt im Eventzug plus Eintritt/Zusatzleistungen):

- Es wird ein Pauschalbetrag erhoben (Absprache mit SBB MP-FV-PEM)
- GA, FVP, HTA und Kinder bezahlen 50%
- Das GA Night wird nicht akzeptiert
- Die Kosten können sich reduzieren bei einer Kostenbeteiligung von Dritten («Teil-Charter»)
- Mit dem Veranstalter wird ein maximaler Rabatt auf dem Eintritt bzw. den Zusatzleistungen verhandelt

Nur Bahnfahrt im Eventzug:

- Es wird ein Pauschalbetrag erhoben (Absprache mit SBB MP-FV-PEM)
- GA, FVP, HTA und Kinder bezahlen 50%
- Das GA Night wird nicht akzeptiert

#### 51.2 Individualreisende

51.20 Grundsätzlich vermarktet RailAway Kombi-Angebote, welche vom Kunden dynamisch zusammensetzbar sind und welche aus einem Fahrausweis aus dem Standard- oder Aktionssortiment des Öffentlichen Verkehrs und einer Zusatzleistung eines Partners bestehen. Kunden erhalten dabei im Normalfall lediglich auf die Zusatzleistung einen Rabatt oder in Ausnahmefällen einen Mehrwert.

In folgenden Fällen werden durch RailAway ermässigte Fahrausweise programmiert und angeboten:

51.21

Kategorien	Rabatt	Kontingentierung
Festivals/Parties (nur bei Events < 30 000 Besucher und sofern die Hauptzielgruppe <25 Jahre alt ist)	max. 20%	8 - 10 pro Jahr
Familienangebote im Cluster Familien	max. 20%	ca. 35 – 40 pro Jahr
Familienmessen (z.B. Suisse Toy oder Mondo Bimbi)	max. 20%	2 – 3 pro Jahr
Veranstaltungen/Tourismusangebote mit Vollintegration oder Mobilitätsbeiträgen	Absprache mit SBB MP-FV- PEM	keine
Kontingentierte RailAway Hits im Rahmen des Hitkonzepts	50% 30%	Jährlicher maximaler Rabatttopf gem. Genehmigung durch die Kommission Markt (KoM)

## 51.22 RailAway Hitkonzept

Das Hitkonzept sieht zeitlich beschränkte und kontingentierte Rabatte 30%/50% auf dem ÖV vor. Die Hit-Planung obliegt der RailAway bis zu einem maximalen jährlichen Rabatttopf. Diese Hits werden mittels der Pull-Strategie primär durch die Freizeitpartner kommuniziert, um die Kannibalisierung zu reduzieren.

Der Rabatttopf kann durch die Gremien der Alliance SwissPass (gemäss Ue500, Anlage 1 Organisationsreglement, Art. 7 Kompetenzordnung) durch die KOM jährlich definiert werden.

## 51.3 Verkaufsförderungsaktionen im Rahmen von gezielten Partnerschaften

51.30 Hierzu kann RailAway auf das bestehende Tool-Box Sortiment zugreifen. Es gelten dieselben Konditionen und Bestimmungen.

## 52 Bestimmungen für Transportunternehmen

### 52.1 Allgemeines

52.10 Sämtliche TU haben die Berechtigung, für die von ihnen erschlossene Region rabattierte Kombi-Angebote, die aus einer Transport- und einer Zusatzleistung bestehen, anzubieten. Die Angebote können nach Absprache mit RailAway auch auf dem RailAway-Freizeitshop publiziert werden.

52.11 Die Angebote beschränken sich auf das unter Ziffer 51.2 definierte Sortiment und die Rahmenbedingungen werden jeweils durch die KoM festgelegt. Die Einnahmen werden «spitz» verteilt.

### 52.2 Rahmenbedingungen für die Transportunternehmen

52.20 Die Preisparität zwischen fix rabattierten Kombi-Angeboten gemäss Ziffer 51.2 von RailAway und den Transportunternehmen muss gewährleistet sein. Identische Angebote von RailAway und der Transportunternehmen sollen nicht gleichzeitig zu unterschiedlichen Preisen angeboten werden. Es dürfen keine Rabatte für Grossveranstaltungen (ab 30'000 Besucher/Tag) gewährt werden.

52.21 Die Zusatzleistung darf bei fixen Kombi-Angeboten, die dauerhaft vertrieben werden und wo eine öV-Ermässigung gewährt wird, einen Eigenwert von CHF 10.00 nicht unterschreiten (Basis Erwachsenenpreis). Bei einmalig durchgeführten Aktionen gilt diese Einschränkung nicht.

52.22 Die Werbekampagnen der Transportunternehmen für die rabattierten Kombiangebote sind mit dem NDV-Mandatsträger abzustimmen.

### 52.3 Gewährte Rabatte für die durch die Transportunternehmen erschlossene Region

52.30 Die unter Ziffer 51.2 festgehaltenen Rabattkompetenzen gelten ausserhalb der Freizeitkampagne sinngemäss auch für die Transportunternehmen.

## **53 Geltungsdauer der Kombi-Angebote**

- 53.00 Die Geltungsdauer der Kombi-Angebote gemäss Ziffer 51.1 und 51.2 beträgt normalerweise 3 Tage. Abweichende Geltungsdauern werden über öffentliche Publikationen sowie im InfoPortal öV kommuniziert und durch die Alliance SwissPass bewilligt.

## **54 Controlling**

- 54.00 RailAway bzw. die Transportunternehmen stellen der Alliance SwissPass zwei Mal pro Jahr eine Produktzusammenstellung je Geschäftsbereich zur Verfügung (Produkt, Anzahl, Geltungsdauer, Rabatthöhe).
- 54.01 Das für die Spezialbillette verantwortliche Transportunternehmen stellt der Alliance SwissPass zwei Mal pro Jahr eine Zusammenstellung der ausgegebenen Spezialbillette zur Verfügung (Anzahl, Rabatthöhe, Distributionspartner).

## **55 Erstattungen der Kombi-Angebote**

- 55.00 Die Erstattungsbedingungen gelten nur für die Ziffern 51.2 und 52.

### **55.01 Nichtbenutzte Kombi-Billette**

Gänzlich unbenutzte Spezialbillette für Freizeitangebote können gemäss Tarif 600.9 erstattet werden. Für Spezialbillette von Sonderangeboten wie Messen, Events, Ausstellungen und teils von Ausflügen mit Reservationspflicht können spezielle Erstattungsfristen definiert werden. Hierzu sind die Beiträge im InfoPortal öV zu beachten.

### **55.02 Teilbenutzte Kombi-Billette**

Für Erstattungen von Kombiangeboten wegen Betriebsunterbrüchen oder wenn kurzfristig die gekaufte Zusatzleistung nicht beansprucht werden kann (z.B. Bergbahnen wegen Sturm ausser Betrieb, Museum kurzfristig geschlossen, usw.), gelten folgende Bestimmungen:

- Die Kundin/der Kunde reist sofort an den Ausgangspunkt zurück: Bestätigung des Nichtbetriebes im Zielgebiet – volle Erstattung, ohne Selbstbehalt
- Die Kundin/der Kunde bleibt im Zielgebiet bzw. reist an einen anderen Ort und verlangt die Erstattung am späteren Nachmittag oder an einem Folgetag: Bestätigung des Nichtbetriebes im Zielgebiet – Erstattung des Preises der inbegriffenen Zusatzleistung, ohne Selbstbehalt. Die Transportleistung wird nicht erstattet. Diese Regeln gelten nicht für Erstattungen bei eigenem Verschulden des Kunden (z.B. Krankheit, Unfall etc.)

Für Teilerstattungen von Mehrtagesangeboten durch Eigenes- oder Fremdverschulden muss sich die Kundin/der Kunde an den Leistungspartner oder eigene Versicherung wenden. Die Angaben für die Kontaktaufnahme des Leistungspartners sind im jeweiligen Freizeitdatenbank-Beitrag vermerkt.

## **56 Provisionierung**

- 56.00 Es gilt das von der KoM am 27. April 2017 verabschiedete Finanzierungsmodell.»
- 56.01 Die Verkaufsprovision für die ausgebende Stelle beträgt bei RailAway Kombi-Angeboten 3.5% auf der Zusatzleistung (Freizeitleistung) eines Partners.
- 56.02 Für die Spezialbillette gemäss Ziffer 57 wird keine Verkaufsprovision für die Distribution ausbezahlt.

## **57 Spezialbillette**

### **57.1 Fertiggedruckte Spezialbillette**

- 57.10 Es werden fertig gedruckte Spezialbillette angeboten, der Vertrieb dieser Fahrausweise erfolgt über Dritte (nicht an den Verkaufsstellen).

Mindestbestellmenge: Mindestens 1000 Stück bzw. Umsatz von CHF 10 000.00. Die Preise werden auf Grundlage vom T601 festgelegt, entweder «Region nach Zielort» oder «ganze Schweiz nach Zielort».

Der Druck muss bei einer lizenzierten Druckerei durchgeführt werden und Layout sowie weitere Anforderungen müssen den Vorschriften über den Verkauf im direkten Personen- und Gepäckverkehr (V570) entsprechen. Sofern die Spezialbillette beim SBB Billettservice gedruckt werden, werden Handling Fee und Druckkosten zusätzlich zum Fahrpreis dazu gerechnet.

Die Erträge werden nach Möglichkeit «spitz» verteilt, ansonsten gemäss Tageskarten zum Halbtax-Verteilschlüssel.

## **57.2 Spezialbillette als E-Ticket mit NGW Coupon-Code über den SBB Ticketshop und CASA**

57.20 Für öV-Vollintegrationen zum Spezialpreis bei grösseren Veranstaltungen werden den Teilnehmenden 100% rabattierte NGW Coupons abgegeben. Damit werden über den SBB Ticketshop oder CASA normale Streckenbillette mit 100% Rabatt bezogen. Die Erträge werden streckenbezogen spitz verteilt.

Die Spezialpreise für den Veranstalter werden auf Grundlage des T601 kalkuliert.

Die Differenz zwischen dem kalkulierten und mit dem Veranstalter vereinbarten Pauschalpreis und den effektiven Verkäufen (gemäss Statistik der eingelösten NGW Coupons) wird als Über- oder Unterdeckung in einen Ausgleichs-Topf gebucht. Bei einer Unterdeckung wird der Ausgleichs-Topf über den Verteilschlüssel «Tageskarten zum Halbtax 2. Klasse» finanziert. Bei einer Überdeckung im Ausgleichs-Topf wird der Betrag gemäss dem Verteilschlüssel «Tageskarten zum Halbtax 2. Klasse» den Transportunternehmen ausgeschüttet.

## 6 Swiss Travel System AG

### 60 Allgemeines

60.00 Die Swiss Travel System AG vermarktet im Auftrag der Schweizer Transportunternehmen den öffentlichen Verkehr im Ausland. Durch die Bündelung der Marktkräfte und die klare Fokussierung sowie die Annäherung des Auftritts an Schweiz Tourismus sollen die vorhandenen Marktpotentiale optimal realisiert werden. Die STS AG ist eine Tochtergesellschaft der SBB, welche die Aktienmehrheit hält. Nebst weiteren, vorwiegend touristisch ausgerichteten Transportunternehmen ist auch Schweiz Tourismus an der STS AG beteiligt. Der STS AG wurden im Wesentlichen zwei Mandate übertragen:

- Das öV-Mandat zur Vermarktung des öffentlichen Verkehrs im Ausland
- Das SBB-Mandat zur Vermarktung des grenzüberschreitenden Verkehrs

Für den vorliegenden Tarif 615 ist das öV-Mandat massgeblich.

### 61 öV-Mandat

61.00 Ziel des öV-Mandats ist die nachhaltige Steigerung der Erträge für den öV Schweiz. Die STS AG wird sämtliche Märkte (ganze Welt) bearbeiten, die Intensität der Marktbearbeitung hängt jedoch von der jeweiligen Bedeutung des Marktes ab.

61.01 Auftraggeber des öV-Mandats sind die TU, die am Tarif 673 «Tarif für Incoming-Angebote» beteiligt sind. Es werden alle Binnentarife des NDV mit wesentlichen Incoming-Umsatzanteilen vermarktet, das Schwergewicht liegt jedoch auf den NDV Incoming-Angeboten. Die Interessen der beteiligten Transportunternehmen gegenüber der STS AG werden vom Incoming Gremium vertreten.

#### Übersicht der Tarife

- Tarif 601: Nur Normaltarif inkl. Sparbillette, Gruppentickets inkl. MICE-Tickets
- Tarif 600.3 Junior- und Kinder-Mitfahrkarten
- Tarif 651.XX Tarife der Verbände
- Tarif 654: nur (Spar-)Tageskarten
- Tarif 673: Tarif für Incoming-Angebote
- Tarif 712 Eurail und Interrail

61.02 Eine weitere Aufgabe der STS AG ist die Kalkulation von Incoming-Angeboten, welche für Tour Operator speziell berechnet und programmiert werden (Tailor Made-Tickets).

61.03 Die Vertriebssysteme und -prozesse bleiben grundsätzlich in der Hand der beteiligten Transportunternehmen, die STS AG betreut jedoch die Schnittstellen zu den Vertriebspartnern. Die Akquisition und das Führen dieser Partner ist Aufgabe der STS AG, ausserdem trägt sie die Verantwortung für alle Push-Massnahmen (Verkaufsförderung, Schulung usw.)

61.04 Die Finanzierung des öV Mandates richtet sich nach den Vorschriften V512, Ziffer 3.1.

61.05 Die Pricing- und Sortimentsstrategie wird von SBB und KTU verabschiedet und umfasst auch Vorgaben zur Sortimentsbreite. Für Promotionen gelten die Bestimmungen der Marketingtoolbox wie folgt:

61.07      **Toolbox für Incoming Angebote**  
**Box 1: Mehrwert-Angebote**

	Beschrieb	Besonderes
1 Tag geschenkt	Beim Kauf eines Swiss Travel Pass oder Swiss Travel Pass Flex werden zusätzliche Reisetage geschenkt.	-
1. Klasse für 2. Klasse	Ermässigt oder gratis Upgrade in die 1. Klasse	-
Inkludierte Zusatzleistung von Partnern	Beispiele: - Gepäcktransport - Bahncatering-Leistungen - Bergausflug - Pocket WLAN	Beliebig ausbaubar.
2 für 1 - Angebot	Ein Ticket bezahlen ein zweites gleiches Ticket geschenkt	- Kein weltweiter Einsatz - Kurzer Verkaufszeitraum - Reisezeitraum gesteuert nach maximalem Rabatt (siehe Box 3: Preisreduktionen)
2. Person bezahlt den halben Preis	Ein Ticket bezahlen ein zweites gleiches Ticket zum halben Preis	- Kein weltweiter Einsatz - Kurzer Verkaufszeitraum - Reisezeitraum gesteuert nach maximalem Rabatt (siehe Box 3: Preisreduktionen)

**Box 2: Preisreduktionen**

Rabatt	Jan.	Feb.	März	Apr.	Mai	Jun.	Jul.	Aug.	Sept.	Okt.	Nov.	Dez.
- 30%	Grün					Gelb	Rot		Gelb	Grün		
- 40%	Grün					Rot					Grün	
- 50%	Mit Einschränkungen					Rot				Mit Einschränkungen		

- Bis 30% Rabatt für die Zwischen- und Nebensaison Oktober – Mai und mit Einschränkungen für Juni und September.
- Bis 40% Rabatt für die Zwischen- und Nebensaison Oktober – Mai
- Bis 50% Rabatt für die Zwischen- und Nebensaison Oktober – Mai, jedoch mit Einschränkungen

Aktionen, welche in die «rote» Saison fallen, können jederzeit in der IG auf dem Zirkularweg beantragt werden.

## 7 Firmenangebote

### 70 Abgrenzung

70.00 Die Bestimmungen der Ziffer 7 ff gelten ausschliesslich für juristische Personen und Personengesellschaften.

### 71 Voraussetzungen

71.00 Der unter Ziffer 72.20 aufgeführte Rabatt wird nur juristischen Personen und Personengesellschaften gewährt, welche für den Eigenbedarf Leistungen der Schweizerischen Transportunternehmen konsumieren.

Jeglicher Verkauf dieser Leistungen an Dritte ist untersagt und von der Rabattierung ausgeschlossen.

71.01 Online- und Offline-Rabatte an juristische Personen und Personengesellschaften dürfen ausschliesslich durch die zuständigen zentralen Dienste der TU gewährt werden.

### 72 Online-Rabattmodell

#### 72.1 Rabattberechtigter Umsatz

72.10 Generell werden alle Fahr- und Ermässigungsausweise, welche online oder über eine elektronische Schnittstelle bezogen werden, rabattiert, sofern sie gemäss Ziffer 72.11 nicht von der Rabattierung ausgeschlossen sind.

72.11 Von der Rabattierung ausgeschlossen sind folgende Leistungen:

- Leistungen, welche durch andere Rabattsysteme bereits rabattiert werden.
- Fahr- oder Ermässigungsausweise, die bereits preislich reduziert sind.
- Fahr- oder Ermässigungsausweise von Verbundsystemen
- Multitageskarten, Multiklassenwechsel,
- Umsätze, welche an den Verkaufsstellen oder Billettautomaten generiert wurden.

Ebenfalls ausgeschlossen sind Umsätze aus folgenden Sparten:

- Reisebüro
- Change
- Spezialbillette
- Kombinierte Mobilität
- Gruppenreisen

72.12 Im Einstiegsjahr (Jahr 1) erhält der Kunde keinen Rabatt.

#### 72.2 Rabattmodell

72.20 Folgende Rabatte werden registrierten juristischen Personen und Personengesellschaften gewährt:

Jahresvolumen	Rabattsatz
Ab CHF 7 000 000.00	10%
Ab CHF 6 000 000.00	9.5%
Ab CHF 5 000 000.00	9%
Ab CHF 4 000 000.00	8.5%
Ab CHF 3 000 000.00	8%
Ab CHF 2 500 000.00	7.5%
Ab CHF 2 000 000.00	7%
Ab CHF 1 500 000.00	6.5%
Ab CHF 1 000 000.00	6%
Ab CHF 750 000.00	5.5%
Ab CHF 500 000.00	5%
Ab CHF 250 000.00	4.5%

Jahresvolumen	Rabattsatz
Ab CHF 100 000.00	4%
Ab CHF 50 000.00	3.5%
Ab CHF 30 000.00	3%
Ab CHF 20 000.00	2.5%
Ab CHF 10 000.00	2%

72.21 Der Rabattsatz wird per Stichtag 31. Dezember ermittelt.

72.22 Der ermittelte Rabattsatz wird im Folgejahr (ab Jahr 2) angewendet.

72.23 Die Verrechnung der Rabatte an die Kunden ist wie folgt möglich:

- Jeden Monat 2 Mal (14-täglich)
- Alle 12 Monate

### 72.3 Zusätzliche Rabattierung bei Vollintegration

72.30 Unternehmen, welche allen ihren Mitarbeitenden (Vollintegration) ein Halbtax/GA oder eine Gutscheinelösung anbieten, können von einem zusätzlichen Rabatt profitieren.

72.31 Eine Vollintegration besteht dann, wenn eine Firma für alle Mitarbeitenden (Untergrenze für die Vollintegration: min. 95% der MA) ein GA oder ein Halbtax kauft. Alternativ ist auch eine Gutscheinelösung/öV-Pendlerbonus möglich, sofern der öV-Gutschein/-Pendlerbonus einen Mindestbetrag im Wert eines Jahres-Halbtax vorsieht (aktuell CHF 190.00) und eine Vollfinanzierung durch die Firma beim Kauf der Gutscheine (pay before) vorliegt. Die Kombination aller 3 Sortimentsvarianten ist möglich.

72.32 Für die Rabattvergabe muss zudem folgendes Kriterium erfüllt sein:

- Mindestumsatz CHF 10 000.00 /Jahr über eine online-Schnittstelle

72.33 Es wird ein Zusatzrabatt von +3% auf das rabattberechtigte nationale Normaltarifsortiment gewährt, welches über die online Schnittstelle bezogen wurde.

72.34 Der Zusatzrabatt wird einmal jährlich aufgrund des erzielten Jahresumsatzes gutgeschrieben. Die Anspruchsberechtigung wird jährlich geprüft.

### 72.4 Umsatzbonus

72.40 Der Umsatzbonus wird zusätzlich vom bestehenden Rabatt gewährt und getrennt ausgeschüttet.

72.41 Der Umsatzbonus kommt nur bei Kunden zum Einsatz, welche mindestens 3 Jahre hintereinander einen **Onlineumsatz** von über CHF 100 000.00 generieren. Somit wird der Umsatzbonus frühestens im Jahr 4 ausgeschüttet.

### 72.5 Berechnung

72.50 Der Umsatzbonus stellt die prozentuale Steigerung des Umsatzes des laufenden Jahres gegenüber dem Vorjahr dar. Der Prozentsatz des Umsatzbonus entspricht dem auf dem zusätzlichen Umsatz gewährten Rabatt. Der Rabattsatz ist auf maximal 10% begrenzt.

72.51 Beispiel:

	Kunde A in CHF	Kunde B in CHF
Umsatz Vorjahr	750 000.00	300 000.00
Umsatz aktuell	800 000.00	450 000.00
Umsatzsteigerung	6%	50%
Absolut	50 000.00	150 000.00
Plafond 10%	6%	10%
Umsatzbonus	3000.00	15 000.00

## 73 Offline-Rabattmodell

### 73.1 Rabattberechtigter Umsatz

73.10 Rabattiert wird ausschliesslich der Grossbezug von Halbtax, GA, Spezialbilletten, Gutscheinen und Coupons, welche über die herkömmlichen Distributionskanäle bezogen werden.

73.11 Rabattiert werden einzelne Vertragsgeschäfte und nicht die Kumulation von Umsätzen zu Jahresumsätzen.

73.12 Das Rabattmodell kann ausschliesslich für Unternehmen angewendet werden. Als Unternehmen gelten alle juristischen Personen, wie auch Personengesellschaften, die für den Eigenbedarf öV-Leistungen beziehen. Jeglicher Verkauf dieser Leistungen an Dritte ist untersagt und von der Rabattierung ausgeschlossen.

### 73.2 Rabattmodell

73.20 Folgende Rabatte werden juristischen Personen und Personengesellschaften gewährt:

Betrag	Rabatt
Ab CHF 2 000 000.00	5%
Ab CHF 1 500 000.00	4.5%
Ab CHF 1 000 000.00	4%
Ab CHF 750 000.00	3.5%
Ab CHF 500 000.00	3%
Ab CHF 250 000.00	2.5%
Ab CHF 30 000.00	2%

### 73.3 öV-Pendlerbonus Schweiz

73.30 Mit dem öV-Pendlerbonus steht den Unternehmen (gemäss Ziffer 71.00) ein Instrument zur Verfügung, um die öV-Mobilität seiner Mitarbeitenden zu fördern. Die Umsetzung erfolgt mit dem Coupon. Der Coupon kann an Zahlung des gesamten B2C-Sortiments eingesetzt werden, welches über NOVA erhältlich ist. Es ist den Unternehmen überlassen das Sortiment einzuschränken.

73.31 Der Pendlerbonus wird auf Basis des Offline-Modells gemäss Ziffer 73.20 aufgrund des erzielten Jahresvolumens rabattiert. Der Rabattsatz wird per Stichtag 31. Dezember ermittelt.

## 74 Controlling

74.00 Zwei Mal pro Jahr präsentieren die SBB der Kommission Markt (KoM) eine Zusammenstellung der gewährten Rabatte.

## 8 Preise

### 80 Temporäre Zusatzangebote gemäss Tarif 654

Es gibt keine fixen Produktnummern.

Bezeichnung	Preise in CHF Erwachsenen-Segment		Preise in CHF Jugend-Segment	
	2. Kl.	1. Kl.	2. Kl.	1. Kl.
Duo-Tageskarten zum Halbtax	109.00	159.00	-	-
Duo-Tageskarten Online zum Halbtax	89.00	129.00	-	-
Duo-Tageskarte für Halbtax und Vollzahler zum Einheitspreis, Vertrieb nur via Partnerkanal möglich	109.00	159.00	-	-
Schnupper-Halbtax	33.00		19.00	
Anrechnung Schnupper-Halbtax an Halbtax-Standardsortiment	33.00		19.00	
2-Tageskarte für Halbtax und Vollzahler zum Einheitspreis, Vertrieb nur über Partnerkanal möglich	109.00	159.00	-	-
Halbtax Gutschein	30.00		30.00	
Schnupper-GA	355.00	565.00	260.00	400.00
Anrechnung Schnupper-GA an GA-Standardsortiment (JR/MR)	355.00	565.00	260.00	400.00
GA-Gutschein	500.00	850.00	500.00	850.00

## 9 Internationaler Verkehr

### 90 Allgemeines

- 90.00 Die Geschäftsführung wird im Ue500, Anlage 9, Pflichtenheft NDV-Mandat festgelegt (derzeit SBB).
- 90.01 Die SBB vertritt die tarifarischen Interessen der am T711.xy, T712, T716, T719 und T739 beteiligten Schweizer Transportunternehmen in den massgebenden internationalen Gremien.
- 90.02 Die SBB erstellt folgende Tarife:
- T711.1 Inventar PAO
  - T711.2 Inventar NVS
  - T711.3 Inventar PICO
  - T711.4 Inventar ÖBB APi
  - T711.5 Nachtzüge
  - T712 Bestimmungen Interail & Eurail Mobile Pass (ETS)
  - T719 Inventar NOVA
  - T739 Fahrvergünstigungen des Personals im internationalen Verkehr (FIP)
- SCIC-NRT Schweiz

### 91 Non reservation Ticket (NRT)

#### 91.1 Tarifierstellung

- 91.10 Auftraggeber zur Erstellung des «SCIC-NRT Schweiz» sind alle Transportunternehmen, welche am Tarif beteiligt sind.
- 91.11 Der Mandatsträger erstellt die zum Verkauf notwendigen Tarifunterlagen SCIC-NRT Schweiz (Ausgabebestimmungen sowie anzuwendende Preise der Schweizer Streckenanteile) für die ausländischen Bahnen sowie fallweise notwendige bilaterale Vertragswerke.
- 91.12 Der Mandatsträger übernimmt die damit verbundenen, notwendigen Arbeiten betreffend Übermittlung der zum Verkauf und zur Abrechnung notwendigen Schweizer Tarifinformationen (UIC-DRTF).

#### 91.2 Wechselkurs

- 91.20 Die Festsetzung des Wechselkurses erfolgt autonom durch die die Abrechnung der für die Schweizer Transportunternehmen durchführenden Stelle (derzeit SBB).
- 91.21 **Incoming** (Schweizer Streckenanteile gemäss SCIC – NRT Schweiz)  
Die Übermittlung der jeweils ab Fahrplanwechsel gültigen Preise in Euro muss spätestens per 15. Oktober erfolgen. Bei starken Währungsschwankungen behält sich die durchführende Stelle vor, unterjährig Wechselkursanpassungen im System vorzunehmen.
- 91.22 **Outgoing** (ausländische Streckenanteile gemäss T711.ff)  
Die ausländischen Streckenanteile werden in Euro übermittelt.

Zur Festsetzung des Verkaufspreises in CHF legt der Mandatsträger den Wechselkurs autonom in den Verkaufssystemen fest. Kursanpassungen erfolgen - unter Berücksichtigung der Fristen des Datenmanagements - in der Regel quartalsweise. Bei grösseren Schwankungen kann die Anpassung auf jeden Monatsersten erfolgen.

#### 91.3 Verhandlungsmandat mit ausländischen Partnerbahnen

- 91.30 Der Mandatsträger schliesst die erforderlichen Vertragswerke (ganzjährige länderspezifische Vereinbarungen betreffend Tarif-, Sortiment- und Ertragsvereinbarungen für den grenzüberschreitenden Incoming- wie auch Outgoing-Verkehr) im Namen und Auftrag der am Tarif beteiligten Transportunternehmen mit ausländischen Bahnen ab.

Sofern die Vertragswerke neben dem Mandatsträger alle am SCIC-NRT Schweiz beteiligten Transportunternehmen betreffen, erfolgt die Genehmigung der Verträge durch die KoM.

Betreffen die Vertragswerke neben dem Mandatsträger nur einzelne am SCIC-NRT Schweiz beteiligte Transportunternehmen, kann die Genehmigung der Verträge direkt in Absprache mit denselben erfolgen (ohne Einbezug der KoM).

Vorbehalten bleiben abweichende Bestimmungen gemäss Ziffer 91.4.

- 91.31 Eine Weiterführung der Vertragswerke ohne wesentliche Anpassungen (wesentlich im Sinne dieser Bestimmungen sind beispielsweise die Einführung eines neuen dauerhaft gültigen Sortimentsbestandteils oder Anpassungen an der Einnahmenverteilung zwischen den Ländern) nach Ablauf der Initialgeltungsdauer bedingt keine erneute Vorlage an die KoM resp. an die betroffenen einzelnen Transportunternehmen.

#### **91.4 Temporäre Preisaktionen**

- 91.40 Verkaufsfördernde Marketingmassnahmen, deren Aktionsdauer (Verkaufszeitraum) weniger als 8 Wochen betragen, werden autonom durch den Mandatsträger verantwortet.

- 91.41 In Fällen längerer Aktionsdauer ist vorgängig die Genehmigung der KoM einzuholen.

- 91.42 Die Verkaufsförderungsaktionen sind vorgängig mit dem Mandatsträger abzusprechen, um die Konformität mit dem Marketingplan für den öV Schweiz zu gewährleisten.

#### **91.5 Finanzierung**

- 91.50 Die Finanzierung der notwendigen Arbeiten erfolgt durch den Mandatsträger. Es erfolgt keine Verrechnung allfälliger Personal-, Sach- oder Prozesskosten.

#### **92 Included reservation Ticket (IRT)**

- 92.00 Sofern neben der SBB keine weiteren Schweizer Transportunternehmen an den Verkehren beteiligt sind, erfolgt keine Information an die KoM.

#### **93 Eurail und Interrail**

- 93.00 Das Sortiment Eurail – Interrail ist nicht Bestandteil des NDV Schweiz.

##### **93.1 Tarifierstellung – Eurail/Interrail**

- 93.10 Der Mandatsträger erstellt die zum Verkauf notwendigen Tarifunterlagen T712 (basierend auf den SCIC-RPT- Eurail und Interrail) für die Ausgabestellen in der Schweiz.

##### **93.2 Eurail Interrail Gremium (Schweiz)**

- 93.20 Die geschäftsführende Transportunternehmen SBB und die BLS vertreten die Interessen der am Tarif beteiligten Transportunternehmen im übergeordneten europäischen Entscheidungsgremium «Eurail Full Assembly». Die SBB ist zusätzlich im VR Eurail Group GIE und im Aufsichtsrat Eurail B.V vertreten.

- 93.21 Das für den Markt Schweiz geltende «Geschäftsreglement Eurail und Interrail» beinhaltet u.a. Aufgaben und Kompetenzen der Geschäftsführung, des übergeordneten Gremiums «Eurail Interrail Gremium», die Grundsätze zur Teilnahme von Schweizer TU am Tarif, Festlegung des Anwendungsbereichs oder die Erstellung des Verteilschlüssels (Aufzählung nicht abschliessend).

##### **93.3 Finanzierung**

- 93.30 Die Finanzierung der Geschäftsführungskosten richtet sich nach den Vorschriften V512, Ziffer 3.1.2.3.

## **10 Anhang**

**100 STS-Vertrag**

# **Mandatsvertrag**

betreffend der

## **weltweiten Vermarktung des ÖV Schweiz für die Jahre 2024 bis 2026**

zwischen

**SBB AG**  
spezialgesetzliche Aktiengesellschaft  
mit Sitz in Bern

als SBB AG sowie in Vertretung aller am Nationalen Direkten Verkehr (NDV) oder an einem direkten Tarif beteiligten schweizerischen Transportunternehmen (TU) des öffentlichen Verkehrs vertreten durch

**SBB AG**  
**Markt Personenverkehr, Internationaler Personenverkehr**  
**Trüsselstrasse 2, 3000 Bern 65**  
(nachstehend: SBB AG als Mandatsgeberin)

und

**Swiss Travel System AG**  
**Lagerstrasse 33, 8004 Zürich**  
(nachstehend: STS AG als Mandatsnehmerin)

## Inhaltsverzeichnis

Glossar.....	3
Präambel.....	4
1 Vertragsgegenstand .....	4
2 Vertragsbestandteile und deren Rangordnung .....	4
3 Genereller Auftrag des ÖV-Mandats.....	5
3.1 Zu vermarktende Leistungen und Tarife/Fahrausweise.....	5
3.2 Produktmanagement STS-Fahrausweise gem. T673.....	5
3.3 Zu bearbeitende Märkte und Kommunikationsfokus.....	6
3.4 Zu bearbeitende Zielgruppen .....	6
3.5 Planungsgrundlagen .....	6
3.6 Vermarktungsaktivitäten pro Markt.....	7
3.7 Markenführung und Markenrechte der STS AG .....	7
4 Vertrieb und Vermarktung.....	7
4.1 Rahmenbedingungen.....	7
4.2 Vertriebssysteme .....	8
4.3 Produktbestellungen und -programmierungen .....	8
4.4 Verkaufsdaten.....	8
5 Umsatzreporting .....	8
6 Die relevanten Gremien des ÖV-Mandats .....	9
6.1 Übergeordnete Strukturen.....	9
6.2 Der Verwaltungsrat (VR) der STS AG .....	9
6.3 Das Incoming-Gremium (IG) .....	9
7 Leistungsentschädigung .....	9
7.1 Rechnungsstellung und Zahlungsmodalitäten.....	10
7.2 Zahlungszeitpunkt.....	10
8 Vertraulichkeit, Äusserungen gegenüber Medien.....	10
9 Immaterialgüterrechte auf Seiten der SBB AG oder der TU.....	10
10 Besondere Vereinbarungen .....	11
10.1 Vertragsdauer .....	11
10.2 Vorbehaltsklausel.....	11
10.3 Vertragsänderungen und -ergänzungen.....	11
10.4 Anwendbares Recht und Gerichtsstand, Kontaktpersonen, Ausfertigung.....	11

## Glossar

Alliance SwissPass (ASP)	Branchenorganisation des öffentlichen Verkehrs Schweiz
B2C	Business to consumer (Private)
B2B	Business to Business (Unternehmen als Consumer)
B2M	Business to Medien (weltweite Medienbearbeitung)
CD	Corporate Design / Der grafische und visuelle Auftritt der STS AG
FIT	Foreign Independent Traveler → Einzelreisen Touristen (im Gegensatz zu Gruppenreisenden)
IG	Incoming Gremium – Begleitorgan der KoM für den Incoming Verkehr
KoM	Kommission Markt, Gremium der Alliance SwissPass
Kostenschlüssel STS ÖV-Mandat	SBB AG und TU finanzieren das ÖV-Mandat basierend auf einem speziell geschaffenen Kostenschlüssel gemäss V 512
MICE	Bereich des Geschäftstourismus für Meetings, Incentives, Congresses und Events
NDV	Nationaler Direkter Verkehr
NOVA	Systemplattform für den Vertrieb von öv Tickets der Schweiz.
ÖV Leistungen	Transport- und Dienstleistungsangebot des ÖV Schweiz
ÖV Netz	Alle Strecken des ÖV (Bahn, Bus, Schiff)
ÖV Schweiz	Alle öffentlichen Transportmittel der Schweiz: Bahnen, Bus, Schiffe, Nahverkehr und Bergbahnen
ÖV Zusatzleistungen	Zusatzleistungen wie Gepäck, Catering, Reservationen etc des ÖV Schweiz
Promotion	Kommunikationsmassnahmen wie z.B. Produkte-PR, Werbung, Verkaufsförderung
SBB AG	SBB AG, spezialgesetzliche Aktiengesellschaft, mit Sitz in Bern agierend als eigenständige Unternehmung
SMAPI	Swiss Mobility API
ST	Schweiz Tourismus
Strategierat	Oberstes Gremium der Branchenorganisation Alliance SwissPass
Tarif 673	Tarif "Offer Switzerland Swiss Travel System"
Tailor-Made	Tailor-Made Tickets gem. T673, für Tour Operator massgeschneiderte Tickets. Einnahmen werden anteilmässig (spitz) den Leistungsträgern verteilt.
TO	Tour Operator
TU	Transportunternehmen
Umsatz	Summe der mit dem Verkauf von ÖV Leistungen am Verkaufspunkt erwirtschafteter Beträge
Verkaufsförderung	Die Verkaufsförderung auf den Ebenen Endkunde, Vermittler und Mitarbeiter verstärkt die Vermarktungs-Kampagnen mit dem Ziel kurzfristige Umsatz-/Ertragssteigerungen zu erreichen.
Vermarktung	Im engeren Sinn Synonym für Promotion. Der Begriff „Vermarktung“ wird in diesem Vertrag auch als Sammelbegriff für alle Tätigkeiten der STS AG verwendet
Vertrieb	Verkauf von ÖV – Fahrausweisen, Reservationen und Dienstleistungen

## Präambel

Die STS AG wurde per 01.01.2011 gegründet, um im Incoming Verkehr der Schweiz eine nachhaltige Steigerung der Verkehrserträge für den ÖV Schweiz zu generieren. Aktionäre der STS AG sind SBB AG, Matterhorn Gotthard Bahn AG, Rhätische Bahn AG, Jungfraubahnen Holding AG, BLS AG, Montreux Berner Oberland Bahn AG sowie Schweiz Tourismus.

Der STS AG werden mit dem vorliegenden Mandatsvertrag zwei Mandate übertragen:

### 1. „ÖV-Mandat“ (Hauptmandat)

Weltweite Vermarktung des öffentlichen Verkehrs der Schweiz. Die Details zum ÖV-Mandat werden im vorliegenden Vertrag geregelt.

### 2. „SBB-Anreisemandat“ (Zusatzmandat)

Die SBB AG erteilt den Auftrag für die Vermarktung der grenzüberschreitenden Züge und Anschlussverkehre in der Schweiz ab den Nachbarländern und daran angrenzenden Ländern soweit sie nicht durch andere Tochtergesellschaften (Allianzen) wahrgenommen werden.

Der vorliegende Vertrag regelt hauptsächlich das Zusammenspiel der beiden Teilmandate, sowie die Details zum ÖV-Mandat. Die Details zum SBB-Anreisemandat werden in einem separaten Vertrag zwischen der SBB AG und der STS AG geregelt.

Der Vertrag von 2021 wird mit diesem, vorliegenden Vertrag ersetzt und wurde durch die KoM am 23.08.2023 und durch den Strategierat am 13.09.2023 für eine Frist von drei Jahren genehmigt.

Die STS AG kann weitere Zusatzmandate und Partnerschaften gegen Entschädigung mit Marktteilnehmern eingehen, sofern sie den Gesamtinteressen des öffentlichen Verkehrs der Schweiz nicht zuwiderlaufen.

## 1 Vertragsgegenstand

Der vorliegende Vertrag enthält die Bestimmungen der Mandate, welche an die STS AG für die weltweite Vermarktung des öffentlichen Verkehrs übertragen werden. Er ist die Basis für die operative, langfristige Umsetzung, welche in der STS AG Strategie durch den VR STS AG definiert wird.

## 2 Vertragsbestandteile und deren Rangordnung

Der Vertrag setzt sich aus den folgenden Bestandteilen zusammen:

- a) der vorliegenden Vertragsurkunde
- b) Anhänge betreffend:
  - Anhang 1: Zu vermarktende Tarife im ÖV-Mandat
  - Anhang 2: Vertriebsvergütungen Incoming

Die Anhänge werden bei Bedarf auf ein neues Kalenderjahr angepasst.

Bei Widersprüchen zwischen den zu den einzelnen Vertragsbestandteilen zusammengefassten Dokumenten geht das zeitlich spätere Dokument dem früheren vor.

### **3 Genereller Auftrag des ÖV-Mandats**

Mit der Übertragung des Mandats an die STS AG will die Mandatsgeberin folgendes übergeordnete Ziel erreichen:

#### **Nachhaltige Ertragssteigerung im Incoming-Verkehr für den ÖV Schweiz.**

Dies soll durch Erreichung folgender Unterziele realisiert werden:

- Professionelle Planung, Durchführung und Evaluierung von weltweiten Vermarktungsaktivitäten unter Berücksichtigung von Synergiepotentialen mit Partnern in der Schweiz und in den Märkten
- Sicherstellung eines breiten und kostengünstigen Vertriebs
- Ausarbeitung einer ertragsmaximierenden Sortiments- und Preisstrategie bezüglich des STS-Sortiments (T673) z.Hd. der verantwortlichen Gremien
- Sicherstellung einer korrekten und aktiven Vermarktungs- und Verkaufsaktivität durch die weltweiten Distributionspartner
- Aufbau von Marktwissen, insbesondere über Kundenbedürfnisse, Distributionslandschaften und Konkurrenzentwicklungen

Die STS AG soll die Märkte sehr gut kennen und dabei zu allen Sortimentsteilen, Vertrieb und Marketing eine beratende Rolle gegenüber der ÖV-Branche Schweiz einnehmen. Die effektiven Entscheide werden jedoch durch die Gremien gefällt.

#### **3.1 Zu vermarktende Leistungen und Tarife/Fahrausweise**

Die STS AG vermarktet im Rahmen des vorliegenden Mandates folgende Produkte und Sortimente:

Leistungen:

- das ganze nationale ÖV-Netz mit Bahn, Bus, Schiff und Bergbahnen inkl. Nahverkehr
- die touristischen Highlights wie Panoramastrecken, relevante Bergbahnen, ÖV-Erlebnisse
- weitere ÖV-Dienstleistungen wie z.B. Platzreservierungen, Gepäck, Catering
- Die Aufzählung ist nicht abschliessend.

Tarife/Fahrausweise:

- Incoming-Sortimentsteile wie STS-Fahrausweise, Interrail/Eurail-Pässe, Tarife des Nationalen Direkten Verkehr (NDV) und der Verbünde (Binnentarife) inkl. Sparangebote. Die aktuelle Liste der zu vermarktenden Sortimente ist im Anhang 1 beschrieben.
- Fahrausweisarten, die nicht aufgeführt sind, können gegen Entschädigung als Zusatzmandat der STS AG in Auftrag gegeben werden.

#### **3.2 Produktmanagement STS-Fahrausweise gem. T673**

Die STS AG zeichnet verantwortlich für die Betreuung, Weiterentwicklung und Vermarktung des STS-Sortiments und das Verfassen der Anträge zu Händen der Gremien der Alliance SwissPass in Abstimmung mit dem Incoming-Gremium. Pricing- und Sortimentsanpassungen werden gemäss Organisationsreglement der Alliance SwissPass den entsprechenden Gremien zur Genehmigung vorgelegt.

Im Rahmen einer „Toolbox – Pricing STS“ werden für die Promotionen Pricing-Spielräume und Bedingungen für die STS AG definiert.

Zu Verkaufsförderungszwecken, für Medienschaffende und für Reiseleiter kann die STS AG unter Beachtung der definierten Richtlinien Gratis-STS-Fahrausweise an Dritte abgeben. Diese Richtlinien und Anpassungen dazu sind durch das Incoming Gremium zu genehmigen.

### 3.3 Zu bearbeitende Märkte und Kommunikationsfokus

Die STS AG vermarktet weltweit die Produkte, Dienstleistungen und Fahrausweise des ÖV Schweiz (inkl. im Markt Schweiz tätige Agenten für den Incoming – Verkehr).

Die Märkte werden aufgrund ihrer Ertragskraft und ihres Potentials für den ÖV Schweiz unterschiedlich bearbeitet. Die Vorgaben betreffend Priorisierung der relevanten Märkte sind in der STS AG-Strategie definiert, die Priorisierung der Märkte ist im jährlichen Marketingplan festgelegt.

Die Marketingkommunikation soll klar marktgerichtet und zielgruppenorientiert sein. Dabei liegt der Fokus darin, möglichst viele Gäste aus dem Ausland **zur Mobilität** mit dem ÖV Schweiz zu motivieren. In Ergänzung sollen mögliche Ausflüge mit Schiffen und Bergbahnen mitkommuniziert werden.

Die Kommunikation und Vermarktung der STS AG soll vor allem die ambitionierten, messbaren und realistischen Umsatz- bzw. Ertragsziele unterstützen.

### 3.4 Zu bearbeitende Zielgruppen

Hauptsächlich legt die STS AG den Fokus auf definierte Multiplikatoren, um die Endkunden gebündelt, marktgerecht und marktgerichtet zu erreichen. Dies sind:

- Distributionspartner (B2B, Reisebüros, Tour Operators, Online-Vertriebspartner, ausländische Bahngesellschaften, etc.)
- Medienpartner (B2M, Journalisten, Blogger, Influencer, Key Opinion Leaders etc.)
- Endkunden (B2C, im Hinblick auf das automatische Ticketing (myRide) oder um Vertriebskosten zu optimieren), sofern ein klarer Mehrwert gegenüber Aktivitäten mit Distributionspartnern dargestellt werden kann.

Die STS AG bearbeitet mit ihren Partnern primär den Incoming-Freizeitmarkt mit seinen Teilsegmenten/Personas von Einzel- und Gruppenreisen (mit Schwerpunkt Einzelreiseverkehr/FIT). In einzelnen Märkten wird zusätzlich der Business-Markt (MICE) bearbeitet.

Die Priorisierung der Segmente/Personas wird marktspezifisch festgelegt, periodisch überarbeitet und dient als Basis für die detaillierte Vermarktungsplanung.

### 3.5 Planungsgrundlagen

Die langfristige Verkehrsertragsplanung im Incoming-Verkehr wird durch die STS AG im Rahmen der alljährlichen Prozesse definiert und den entsprechenden Stellen bei der SBB AG bzw. bei Alliance SwissPass fristgerecht zur Verfügung gestellt.

Die Langfristplanung aller Aktivitäten basiert auf der STS AG-Strategie, welche durch den VR der STS AG genehmigt wird. Darauf aufbauend wird ein jährlicher Marketingplan erstellt, welcher die operative Umsetzung bestimmt.

### **3.6 Vermarktungsaktivitäten pro Markt**

Die STS AG plant die Vermarktungsaktivitäten basierend auf der vom VR STS AG verabschiedeten Strategie in den definierten Märkten in enger Abstimmung mit ST. Zur Nutzung von möglichst vielen Synergien werden auch die Bedürfnisse von Distributionspartnern, Leistungsträgern (TU) und Destinationen in die Planung mit einbezogen. Teilweise werden die Investitionen in Marketingaktivitäten der STS AG durch ST und Distributionspartner zu gleichen Anteilen finanziert.

Das Incoming Gremium wird jährlich über den Marketing-Plan sowie die Schwerpunkte der Vermarktungsaktivitäten pro Land informiert.

### **3.7 Markenführung und Markenrechte der STS AG**

Die STS AG lehnt sich konsequent an die Markenführung und Bildsprache von ST an und stellt dabei den ÖV Schweiz in den Vordergrund. Die weltweite Markenführung der STS AG ist in einem durch den VR der STS AG sowie der SBB AG verabschiedeten CD-Manual festgelegt.

Die STS AG ist – soweit die Markenrechte nicht bei ST liegen – im Besitz der Nutzungsrechte des entsprechenden Auftritts der STS AG betreffend der Marken- und Bildrechte. Wie zum Beispiel für die Wort-Bildmarken der STS-Sortimente Swiss Travel Pass, Swiss Half Fare Card und Swiss Family Card. Diese Eigentumsrechte verbleiben bei der SBB AG als Vertreter der Mandatsgeber.

## **4 Vertrieb und Vermarktung**

### **4.1 Rahmenbedingungen**

Ein professioneller Vertrieb, inkl. einer weltweit koordinierten Vermarktung für den ÖV Schweiz, ist entscheidend für eine nachhaltige Umsatz- und Ertragssteigerung. Für dessen Auf- und Ausbau gelten folgende Rahmenbedingungen:

Die STS AG nimmt für den ÖV Schweiz die übergeordnete Steuerungsfunktion im Incoming-Vertrieb wahr und verfolgt dabei mit einem adäquaten Marketing-Mix eine ertragsoptimierte Mehrkanal-Strategie (Vertrieb und Kommunikation). Die Zusammenarbeit und wichtigsten Prozesse im Accountmanagement zwischen der STS AG und der SBB AG basieren auf der gemeinsamen Partnervertriebsstrategie, der internationalen Vertriebsstrategie der SBB AG sowie dem Konzept Accountmanagement und werden in enger Zusammenarbeit laufend gegenseitig abgestimmt.

Die STS AG ist mit einer ganzheitlichen Marktbetrachtung verantwortlich für das kommerzielle Accountmanagement (inkl. Marketing, Businesspläne, Kommissionierung innerhalb der vorgegebenen Bandbreiten, Produkteschulung, etc.) der Vertriebspartner im Ausland bzw. der Vertriebspartner mit Incoming-Fokus mit Sitz in der Schweiz.

Systembezogene, technische Aspekte, wie die Anbindung an die Partnervertriebssysteme, liegen im Verantwortungsbereich der SBB AG, ebenso übergeordnete strategische Fragestellungen. Weitere Vertriebsaspekte, wie Support und Administration, sind möglichst komplementär im Rahmen der gemeinsamen Partnervertriebsstrategie sowie des Konzepts Accountmanagement mit der SBB AG zu gewährleisten.

Die technischen Systemverträge werden durch die SBB AG unterzeichnet. Bei Uneinigkeit entscheidet die SBB AG betreffend Anbindung oder Vertragsauflösung eines Vertriebspartners. Die kommerziellen Businesspläne werden durch die STS AG unterzeichnet.

Das Inkasso- und Mahnwesen liegt in der Verantwortung der SBB AG und erfolgt in Absprache mit der STS AG. Die STS AG übernimmt bei Zahlungsverzug die Kommunikation mit den Vertriebspartnern. Allfällige Entscheide betreffend Massnahmen gegenüber dem Agenten werden gemeinsam durch SBB AG und STS AG vorgenommen. Bei Uneinigkeit entscheidet die SBB AG.

Die Vertragspartner erhalten für ihren Aufwand zur Kommunikation und Distribution des Fahrausweissortiments eine Entschädigung mittels Kommission («Vertriebsvergütung für Incoming-Angebote», vgl. V512). Die Bandbreiten dieser Vergütungen sind in Anhang 2 geregelt.

#### **4.2 Vertriebssysteme**

Die SBB AG ist verantwortlich für die Vertriebssysteme und technischen Verkaufsprozesse. Dies betrifft insbesondere die Systemanbindung, den Systemsupport, den Verkauf und das Inkasso.

Die SBB AG bietet den Vertriebspartnern der STS AG für den Incoming-Vertrieb die Schnittstelle Swiss Mobility API (SMAPI) sowie das darauf aufbauende Front End System AgenturClient zur Nutzung an. Dritte, die sich direkt an NOVA anbinden, sowie Partner, welche von einer TU eigenständig akquiriert werden, laufen ausserhalb dieses Mandates und sind nicht im Verantwortungsbereich der STS AG betreffend Betreuung, Marketing etc. und sind von der Vertriebsvergütung Incoming (gem. V512) ausgeschlossen.

#### **4.3 Produktbestellungen und -programmierungen**

Die STS AG bestellt die notwendigen Produktprogrammierungen (spezielles Incoming-Sortiment gemäss Anhang 1, insbesondere STS-Sortiment und STS Tailor Made) beim NOVA-Datenmanagement der SBB AG.

Die Programmierungs- und Abrechnungskosten bleiben bei der SBB AG, welche sie im Rahmen der Kostenrechnung Teilmandat Preis und Sortiment (Vorschriften V512) weiterbelastet.

Produktprogrammierungen für das übrige Sortiment (ausserhalb Mandat) oder für Kooperationen mit Dritten können durch die STS AG bestellt werden. Die Programmierungskosten werden, sollte dies nicht durch den NOVA-Verpflichtungskredit gedeckt sein, von der SBB AG an die STS AG gemäss Kostenansätzen V512 verrechnet.

#### **4.4 Verkaufsdaten**

Die SBB AG stellt der STS AG monatlich die detaillierten Incoming Verkaufs- respektive Abrechnungsdaten unentgeltlich zur Verfügung.

### **5 Umsatzreporting**

Die STS AG erstellt zu Handen des VR STS AG, des IG und der Shareholder monatliche Umsatzreportings. Nach Bedarf können weitere Reportings durch die STS AG erstellt werden.

## 6 Die relevanten Gremien des ÖV-Mandats

### 6.1 Übergeordnete Strukturen

Änderungen am vorliegenden Mandatsvertrag als auch Anpassungen an Preis und Sortiment aus dem T673 "Offer Switzerland Swiss Travel System", unterliegen dem Ue500 "Übereinkommen der Alliance SwissPass".

Für alle strukturellen Vorgaben für die STS AG gelten die Regelungen und Bestimmungen des Beteiligungsmanagements der Hauptmandatsgeberin SBB AG. Dies betrifft vor allem die Organisations-Reglemente, Corporate Governance, Compliance-Vorgaben, Strukturen zu Abrechnungen etc.

### 6.2 Der Verwaltungsrat (VR) der STS AG

Der VR STS AG führt die STS AG und deren Geschäftsführer direkt. Er ist zuständig für die Sicherstellung der strategischen Umsetzung dieses Mandates (inkl. Zielsetzungen und Budgets STS AG), die Zielsetzungen auf Umsatzebene, für Durchführung der GV, für Strategieentscheide, wichtigste Planungsprozesse, Budgets im Rahmen des im vorliegenden Vertrag definierten Kostendachs, Personalbestand, und weiteren relevanten Vorgaben zur erfolgreichen Mandats-Erfüllung.

### 6.3 Das Incoming-Gremium (IG)

Das IG tritt im Auftrag der KoM als Mandatshüter des ÖV-Mandats gegenüber der STS AG auf. Es gilt das entsprechende, durch die KoM genehmigte Pflichtenheft (Aufgaben, Pflichten, Kompetenzen, Mitglieder, Präsidium, Sitzungsrhythmus, etc.). Vertreter der STS AG nehmen ohne Stimmrecht an den Sitzungen des IG teil.

Das IG trifft sich mehrmals jährlich mit dem Ziel über die Vermarktungsaktivitäten sowie den Geschäftsverlauf (Reporting) informiert zu werden und relevante Gremien-Entscheide vorzubereiten. Allfällige Anpassungen der Anhänge 1 und 2 liegen ebenfalls im Verantwortungsbereich der KoM bzw. des Incoming-Gremiums.

Das IG hat gegenüber der STS AG grundsätzlich keine Entscheid- oder Weisungsbefugnis. Die Ausnahme bilden ausserordentliche Preis-Promotionen im Rahmen von Toolbox-Massnahmen. Zwei Vertreter des IG sind in der Regel Mitglieder der KoM.

## 7 Leistungsentschädigung

Die Leistungsentschädigung an die STS AG beträgt für die Jahre 2024 bis und mit 2026 CHF jährlich **maximal CHF 8 Millionen**. Davon übernimmt die SBB AG einen Anteil von 66.7%, welcher auch die Finanzierung des SBB-Anreisemandates beinhaltet.

Die effektive und für das Budget im Folgejahr definierte Entschädigung wird jährlich durch den VR STS AG spätestens im dritten Quartal basierend auf der aktuellen Marktsituation bestimmt.

## 7.1 Rechnungsstellung und Zahlungsmodalitäten

Sämtliche Rechnungen müssen sich auf die im Vertrag festgelegten Grundlagen beziehen. Die MwSt ist offen auszuweisen. Die Rechnungen müssen untenstehende Zusatzinformationen sowie die MwSt-Nummer der STS AG enthalten.

Die Rechnungen der STS AG an die SBB AG sind ausschliesslich zuhanden folgender Rechnungsadresse auszustellen:

Schweizerische Bundesbahnen SBB  
Kreditoren Markt Personenverkehr  
Poststrasse 6  
3000 Bern 65

Referenz: Gabriel Brombacher, BUK 2400  
Bestell-Nr.: jährlich neu

Die SBB AG leistet Zahlungen mit befreiender Wirkung auf folgendes Konto:

Kontoinhaber            Swiss Travel System AG, 8004 Zürich  
IBAN                     CH69 0023 0230 1055 5601 N

## 7.2 Zahlungszeitpunkt

Die STS AG stellt der SBB AG gemäss einem jährlich gemeinsam vereinbarten Zahlungsplan Akontozahlungen in Rechnung.

## 8 Vertraulichkeit, Äusserungen gegenüber Medien

Der vorliegende Vertrag sowie seine Änderungen werden als Bestandteil des Tarifs 615 den Transportunternehmen des NDV durch die Alliance SwissPass zugänglich gemacht.

Äusserungen gegenüber Schweizer Medien im Zusammenhang mit dem Vertrag erfolgen in Absprache mit der SBB AG.

## 9 Immaterialgüterrechte auf Seiten der SBB AG oder der TU

Dokumente, Bilder, Videos und Know-how, welche die SBB AG oder ein einzelnes TU der STS AG im Rahmen der Vertragserfüllung zugänglich machen, dürfen nur strikt projektbezogen verwendet werden. Die STS AG hat den von ihr beauftragten Dritten (z.B. Subunternehmern) die entsprechende Verpflichtung zu überbinden.

Die SBB AG und die TU behalten sich vor, gegen unbefugte Verwertung (wie Vervielfältigung, Verbreitung) der Unterlagen und andere Verletzungen der ihr zustehenden Rechte vorzugehen.

## **10 Besondere Vereinbarungen**

### **10.1 Vertragsdauer**

Dieses Mandat gilt ab 1. Januar 2024 bis am 31. Dezember 2026. Es kann nur aus wichtigen Gründen gekündigt werden. Die Kündigungsfrist beträgt 18 Monate. Im Sommer 2026 wird ein aktualisiertes Mandat für die weltweite Vermarktung des ÖV Schweiz ab 1.1.2027 den zuständigen Gremien zur Genehmigung aufbereitet.

### **10.2 Vorbehaltsklausel**

Sollte eine der Bestimmungen dieses Vertrags ungültig sein oder werden, bleibt die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen davon unberührt. Wird eine Bestimmung ungültig oder nichtig, wird sie von den Parteien durch eine Bestimmung ersetzt, welche den finanziellen Zielen der Parteien am nächsten kommt.

### **10.3 Vertragsänderungen und -ergänzungen**

Änderungen und Ergänzungen des Vertrages und der Vertragsbestandteile bedürfen zu ihrer Gültigkeit der schriftlichen Form und der Unterzeichnung durch beide Parteien.

Die Anpassungen im Vertrag (ohne Anhänge) sind den zuständigen Gremien der Alliance SwissPass zum Entscheid vorzulegen.

### **10.4 Anwendbares Recht und Gerichtsstand, Kontaktpersonen, Ausfertigung**

Dieser Vertrag untersteht ausschliesslich schweizerischem Recht.  
Ausschliesslicher Gerichtsstand ist Bern.

Kontaktpersonen für alle mit dem Vertrag zusammenhängenden Fragen sind:  
Für die SBB AG: Leiter Internationaler Personenverkehr (MP-IPV)  
Für die STS AG: CEO STS AG

Die vorliegende Vertragsurkunde ist in 2 gleich lautenden Exemplaren ausgefertigt.  
Die SBB AG und die STS AG erhalten beide je ein unterschriebenes Exemplar.

**Für die Schweizerischen Bundesbahnen SBB**

\_\_\_\_\_  
Ort/Datum

\_\_\_\_\_  
Ort/Datum

\_\_\_\_\_  
Véronique Stephan  
Leiterin Markt Personenverkehr

\_\_\_\_\_  
Philipp Mäder  
Leiter Internationaler Personenverkehr

**Für die Swiss Travel System AG**

\_\_\_\_\_  
Ort/Datum

\_\_\_\_\_  
Ort/Datum

\_\_\_\_\_  
Martin Nydegger  
VR STS AG  
Vize-Präsident

\_\_\_\_\_  
Maurus Lauber  
CEO STS AG

## Anhang 1:

### Zu vermarktende Tarife

Folgende Tarife sind durch die STS AG zu vermarkten:

T601	Allgemeiner Personentarif, Hauptfokus: Normaltarif inkl. Sparbillette, Gruppentickets
T651.xx	Tarife der Verbünde
T654	Tarif für General- und Halbtaxabonnement Hauptfokus: Tageskarten, Spartageskarten
T673	Offer Switzerland Swiss Travel System
T710.9	Eurail und Interrail

Diverse Dienstleistungen wie Reservierungen, Gepäck, Gastronomie-Services

Sortiments-Gruppe	Sortimentsbreite	Ausprägungen	Mandat
ER/IR	Eurail	Globalpass	ÖV-Mandat
	Interrail	Globalpass / OneCountry Pass Switzerland	ÖV-Mandat
IPV	NRT <i>Verkauf durch ausl. Bahnen</i>	NRT Reise grenzüberschreitend	SBB-Anreisemandat
		NRT ausserhalb Parameter Allianzen (Anteil grenzüber. und Binnenstrecken)	SBB-Anreisemandat
	Marktpreise	Frankreich	SBB-Anreisemandat
		Italien	SBB-Anreisemandat
	Nachtzüge	SBB-Anreisemandat	
STS	Swiss Travel Pass	Swiss Travel Pass / Swiss Travel Pass Flex	ÖV-Mandat
	Swiss Half Fare Card	Swiss Half Fare Card	ÖV-Mandat
	TAM	Tailor-Made Ticket TAM	ÖV-Mandat
	Swiss Family Card	Swiss Family Card	ÖV-Mandat
Regional-pässe	Regional Pässe	Berner Oberland Pass / TellPass / Regional Pass Genfersee Alpen / usw.	Geschäftsführende Stelle
Binnentarife	(Tages-) Karten	Tageskarten, Spartageskarten	ÖV-Mandat
		Junior-Karte / Kinder-Mitfahrkarte	ÖV-Mandat
	Punkt-zu-Punkt	T601 / Normalpreis und Sparbillett	ÖV-Mandat
		NRT Binnen Schweiz	ÖV-Mandat
		Verbundtickets	ÖV-Mandat
	Gruppen	T601 / Spez. 2 für Konkurrenzofferten / Charterfahrten	ÖV-Mandat
Zusatz-Leistungen	Services	Reservierungen / Gepäck / andere Services insbes. Gastro-Services	ÖV-Mandat

Anhang 2:

## Vertriebsvergütungen Incoming – Bandbreiten Basiskommissionen

Die STS AG schliesst die kommerziellen Vereinbarungen mit den Distributionspartnern ab. Die Vergütungen Incoming richten sich nach unten definierten Bandbreiten und sind mit der Partnervertriebsstrategie SBB und dem Konzept Accountmanagement abgestimmt. Zur Gewährleistung eines ertragsoptimierten und kostengünstigen Vertriebes, werden die Bandbreiten jährlich überprüft und neu festgelegt.

Die maximale Vergütung Incoming kann nur Distributionspartner vergeben werden, die mit STS AG eine Vermarktungskoooperation eingehen.

Mit den ausländischen Bahnen schliesst die SBB AG ihre Distributionsverträge direkt ab. Die STS AG muss sich in den entsprechenden Ländern an die darin enthalten Vergütungen anlehnen.

<b>Produkt</b>	<b>Maximale Vergütungen Incoming gem. Partnervertriebsstrategie SBB</b>
<b>a. Swiss Travel System (Standardsortiment):</b> - Swiss Travel Pass - Swiss Travel Pass Flex - Swiss Half Fare Card - Swiss Family Card	<b>5% - 10%</b>
<b>b. STS massgeschneidertes Sortiment</b> - STS Nettopreisartikel - Tailor-Made Tickets TAM (als Teil eines Pauschalangebots)	<b>0%</b>
<b>c. Streckenfahrscheine Schweiz für Einzelreisende</b> - Gewöhnliche Billette National (Einfach / Retour)	<b>0% - 8%</b>
<b>d. Streckenfahrscheine Schweiz für Gruppen</b> - Gruppenbillette National (Einfach / Retour)	<b>0% - 8%</b>
<b>e. Verbundfahrausweise</b> - Einzelbillette - Gruppenbillette	<b>0%</b>
<b>f. Internationale Fahrausweise</b> - Internat. Einzelfahrscheine Schweiz < > Ausland (Einfach / Retour) - Internationale Gruppenfahrscheine Schweiz < > Ausland (Einfach / Retour)	<b>für 2024 sind keine intern. Fahrausweise verfügbar</b>
<b>g. Platzreservierungen und Zuschläge</b> - Nationale Platzreservierungen und Zuschläge - Internationale Platzreservierungen und Zuschläge - Internationale Globalpreise: - Lyria, SNCF, Thalys, Eurostar, Renfe - Übrige Bahnen	<b>5%</b> <b>für 2024 sind keine intern. Platzreservierungen verfügbar</b>
<b>h. Zuschläge Schweiz für Gruppen</b>	<b>0%</b>
<b>i. Gepäck</b> - Fly Luggage - Check-in - Schnelles Reisegepäck Schweiz	<b>Gemäss Produktmanagement Gepäck</b>
<b>j. Ausflüge &amp; Regionalpässe</b>	<b>Gemäss Vereinbarungen mit den Leistungspartnern</b>

## Vertriebsvergütung Incoming – Marketingvereinbarungen

Zur Förderung der Umsatzziele schliesst STS AG mit ausgewählten Partnern Businesspläne ab. Dieses zusätzliche Marketinggeld wird kontrolliert für punktuelle verkaufsfördernde Massnahmen mit klaren Zielen eingesetzt.

Die Kommission Markt (KoM) hat an ihrer Sitzung vom 17.12.2021 entschieden, dass für die Jahre 2023 – 2025, maximal bis 3% vom STS-Sortimentsumsatz (siehe obige Tabelle lit. a.) für Marketingvereinbarungen eingesetzt werden dürfen.

## Änderungsindex Anhänge 1 & 2

Gültig ab	Änderungsinhalt	Genehmigt durch
01.01.2024	Neuerstellung Anhänge 1 & 2	IG 13.07.2023 / KoM 23.08.2023