

08.06. 2022

RailAway im Jahr 2021: Positive Entwicklung trotz schwieriger Marktsituation

Von PPS

(Bern)(PPS) **Die Corona-Pandemie prägte auch das Geschäftsjahr 2021, dennoch konnte RailAway ein positives Jahresergebnis erzielen. Mit einem neu lancierten Vermarktungsmodell will RailAway den Bedürfnissen des Marktes und der Partner künftig noch besser entsprechen.**

Der Start ins Jahr 2021 war für RailAway suboptimal: Freizeitanlagen mussten geschlossen bleiben, Events wurden grösstenteils abgesagt. Mit den Öffnungsschritten verbesserte sich die Situation aber zusehends. So konnte RailAway bis zum Jahresende trotzdem 3,4 Millionen Franken Werbemittel am Markt investieren. Damit generierte sie für den Öffentlichen Verkehr einen zusätzlichen Umsatz von 11 Millionen Franken, was einer Steigerung von 2,9 Millionen Franken im Vergleich zum Vorjahr entspricht. Dank konsequentem Kostenmanagement konnte RailAway im Jahr 2021 ausserdem ein positives Betriebsergebnis von 98'000 Franken schreiben.

Modell für die Zukunft

Im vergangenen Jahr schlug RailAway mit dem Vermarktungskonzept 2022+ einen neuen Weg ein. Dieses wurde mit der Winterkampagne 2021/22 erstmals auf die Vermarktungs-Aktivitäten angewendet. RailAway fokussiert damit noch stärker auf kundenzentrierte, zentral orchestrierte und digitale Kampagnen, statt auf die Vermarktung von einzelnen Segmenten. Neu setzt RailAway jährlich vier bis fünf

grosse Kampagnen um, die im Auftrag der Alliance SwissPass lanciert werden – mit dem Ziel, eine höhere Durchschlagskraft ihrer Marketing-Aktivitäten zu erreichen und den Nutzen für ihre Leistungspartner zu erhöhen.

Zum RailAway Geschäftsbericht 2021 geht es hier:

<https://railaway.jahresbericht.online/>

Pressekontakt:

SBB AG
Kommunikation
Medienstelle
Hilfikerstrasse 1
3000 Bern 65

Telefon +41 (0)51 220 41 11
press @ sbb.ch

Kategorie

Auto & Verkehr & Tourismus

Source URL: <https://www.presseportal-schweiz.ch/pressemeldungen/railaway-im-jahr-2021-positive-entwicklung-trotz-schwieriger-marktsituation>