

Marketing Roadshow.

Katharina Reber, Men-Duri Guetg, Raphael
Schüssler, Rahel Eyer



Das Team Marketing Bahnhöfe und Anlageobjekte.



Yvonne Capraro



Katharina Reber



Urban Burch



Raphael Schüssler



Sunniva Gassmann



Heiko Meyer



Monica Gonzalez



Rahel Eyer



Men-Duri Guetg



Grégoire Pilly



Matteo Theler

Agenda.

1. **Rückblick 2022**
 1. Kampagnenplanung
 2. Budget
 3. Kampagnen
2. **Ausblick 2023**
 1. Kampagnenplanung
 2. Budget
 3. Kampagnen
3. **Fragen & Austausch**



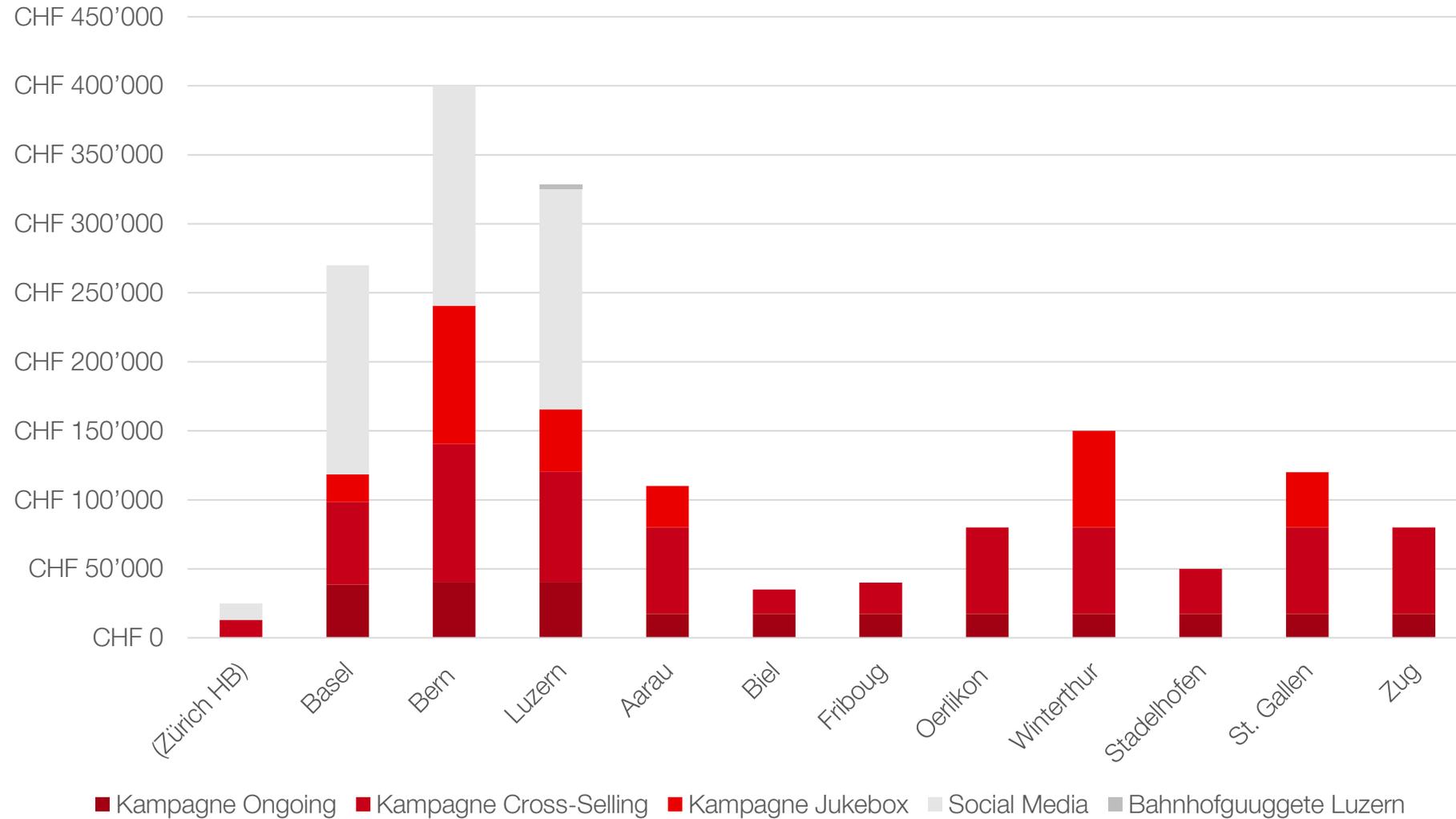
Rückblick 2022.



Kampagnenplanung 2022.

JAN	FEB	MÄR	APR	MAI	JUN
			Welle Frühling Kampagne Ongoing Verpflegung / Shopping Erledigungen	Welle Frühling Kampagne Ongoing Verpflegung / Shopping Erledigungen	Kampagne Cross-Selling Verpflegung / Shopping Erledigungen
SoMe: Verpflegung / Shopping / Erledigungen					
JUL	AUG	SEP	OKT	NOV	DEZ
Kampagne Cross-Selling Verpflegung / Shopping Erledigungen	Welle Herbst Kampagne Ongoing Verpflegung / Shopping Erledigungen Jukebox Geselligkeit	Welle Herbst Kampagne Ongoing Verpflegung / Shopping Erledigungen Jukebox Geselligkeit	Jukebox Geselligkeit	Jukebox Geselligkeit	
SoMe: Verpflegung / Shopping / Erledigungen					

Budgetübersicht Bahnhöfe 2022.

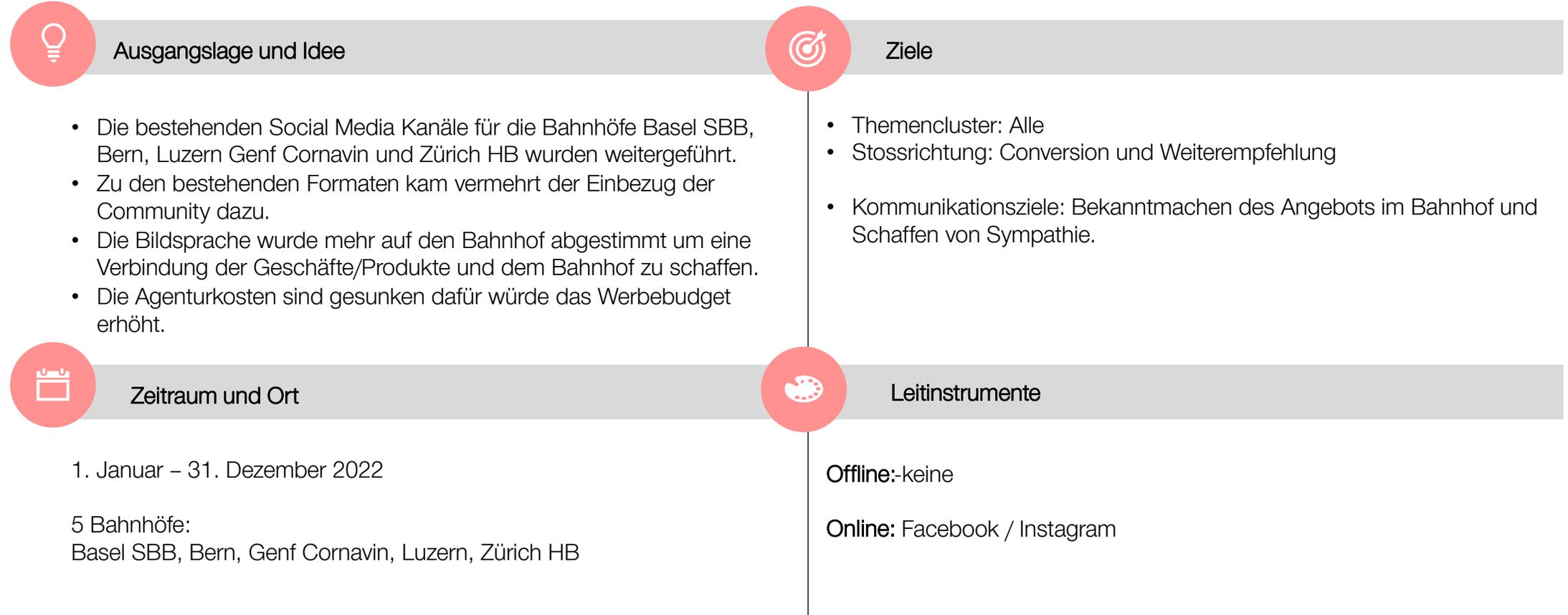




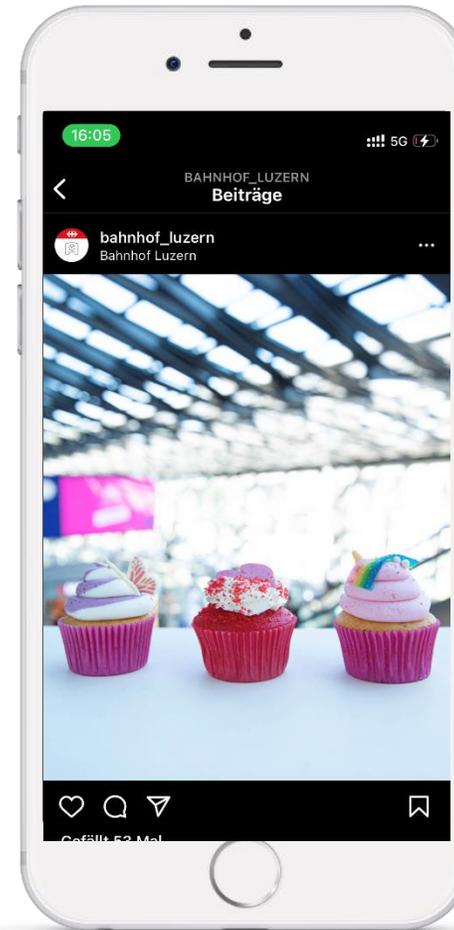
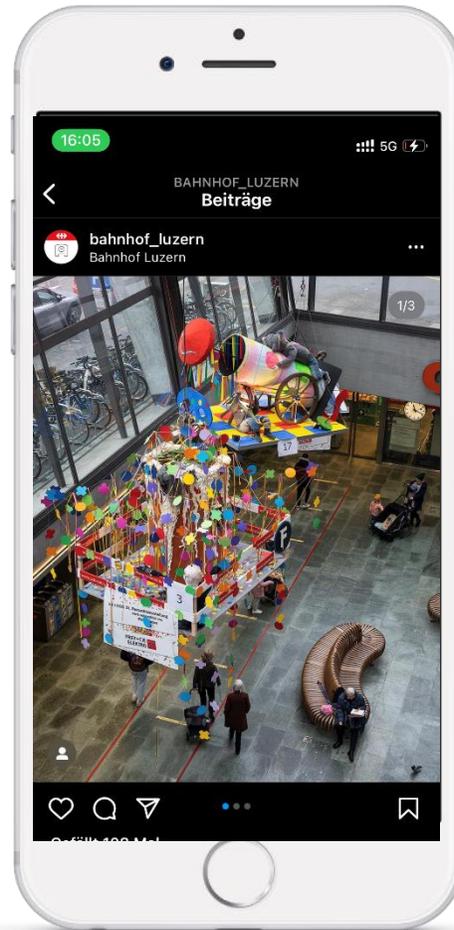
Social Media.

Kampagnen Rückblick 2022.

Kampagne Social Media Bahnhöfe.



Online Massnahmen.





Social Media Kanäle Bahnhöfe.

	Basel SBB	Bern	Luzern	Zürich HB
Post Facebook / Instagram	54/60	57 / 60	54 / 65	44 / 49
Reichweite Facebook / Instagram	951'000 / 365'000	763'328 / 298'256	550'533 / 341'616	921'637 / 444'602
Follower Facebook / Instagram	11'072/ 2'744	11'572 / 3'589	6'131 / 2'356	20'454 / 4'895

Januar - September

Jukebox.

Kampagnen Rückblick 2022.

Social Kampagne.



Ausgangslage und Idee

- Wir installierten im Bahnhof eine Jukebox inkl. leuchtendem Dancefloor.
- Die Idee soll auf die Aufenthaltsqualität im Bahnhof abzielen und den Bahnhof auch als Event- und Verweilort positionieren.
- Sujet und Botschaft stellen den regionalen Bahnhof als attraktive Destination in den Vordergrund.
- Die Mieter wurden in die Aktion miteinbezogen da sie ihren Kunden als „Goodie“ ein Bons für ein Lied schenken konnten.



Ziele

- Themencluster: Geselligkeit
- Stossrichtung: Akquise & Upselling



Zeitraum und Ort

August bis November 2022

8 Bahnhöfe.
Aarau, Basel SBB, Bern, Genf Cornavin, Genf Flughafen, Luzern,
St. Gallen, Winterthur



Leitinstrumente

Offline: Eventinstallation Jukebox, Inserat 20 Minuten, APG Plakate / -
Epanels, Jukebox-Gutschein-Samplings

Online: Mobile/Display Banners, Paid SoMe, Bahnhöfe Social Media +
SBB (organisch), Newsletter SBB

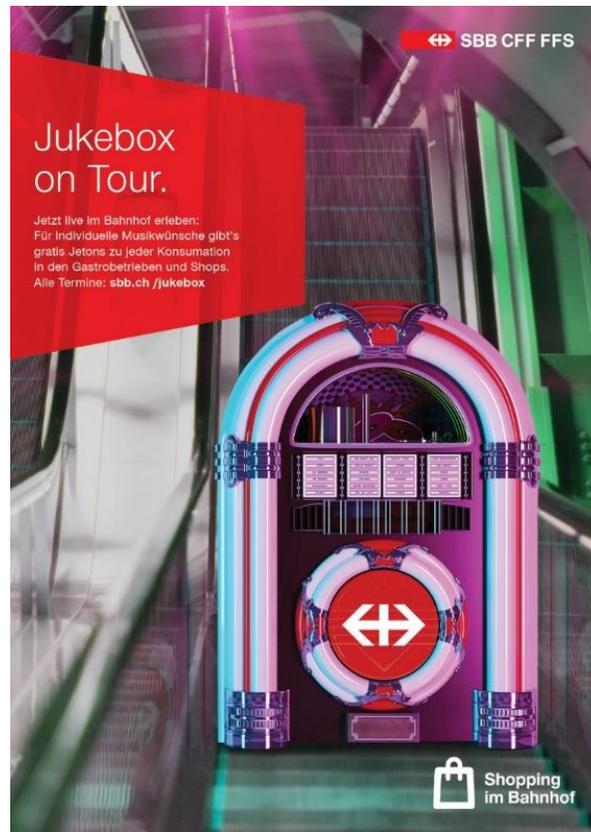


Plan «Jukebox on Tour» August bis November 2022.



Botschaft/Sujets.

Ankündigung



Vor Ort



Bei den Geschäften

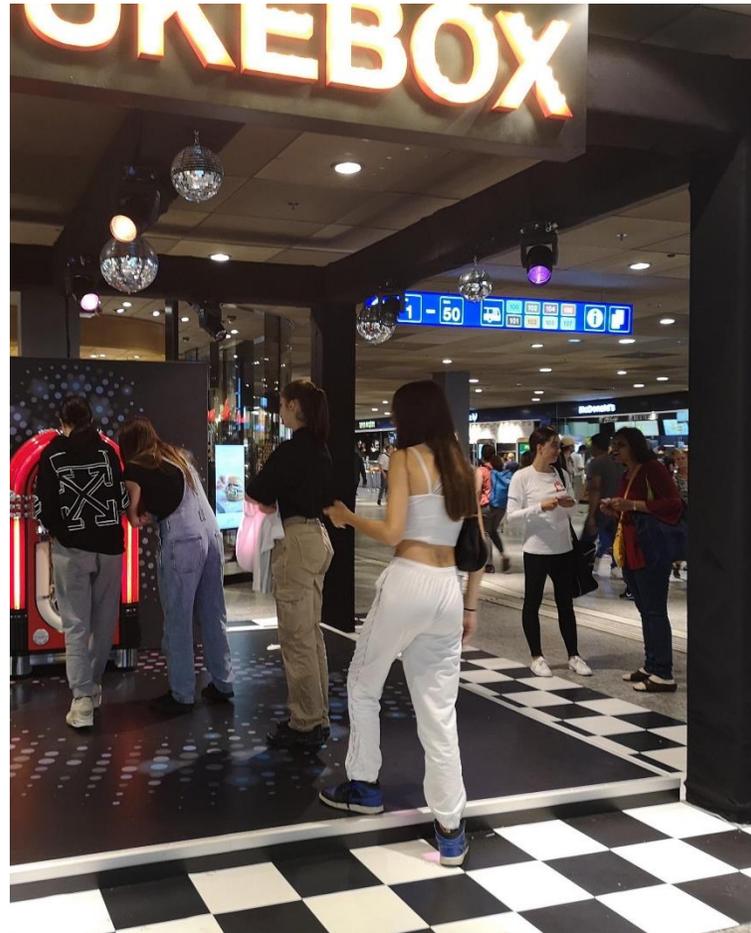


Impressionen.

Luzern



Bern



St. Gallen



Ongoing.

Kampagnen Rückblick 2022.

Ongoing Kampagne.



Ausgangslage und Idee

- Das Konzept für die Ongoing Kampagne baut auf der inhaltlichen Leitidee. Mit dieser Vorgehensweise wird ein einheitliches Themendach entwickelt, welches kanal- sowie formatgerecht für die einzelnen Bedürfnisse, Zielgruppe und Touchpoints aufbereitet wird.
- Während zwei Leitsujet-Phasen wird der Content auf den Social Media Kanälen diesen Themen angepasst und die passenden Mieter miteinbezogen. Die restlichen Monate, lassen Spielraum, um zusätzliche Themen auf den SoMe Kanälen miteinzubeziehen.



Ziele

- Themencluster Verpflegung / Shopping / Erledigungen
- Stossrichtung: Bekanntheit Angebot / Attraktivität



Zeitraum und Ort

Januar bis Dezember 2022: Content Marketing mit verschiedenen Formaten auf den SoMe Kanälen von Basel SBB, Bern, Luzern, Genf Cornavin

April/Mai und August/September 2022:
Schwerpunktwellen mit Themendach/Leitsujets
Aarau, Basel SBB, Bern, Biel/Bienne, Fribourg/Freiburg, Genf Cornavin, Genf Flughafen, Lausanne, Luzern, Neuenburg, St. Gallen, Winterthur, Zug, Zürich Oerlikon, Zürich Stadelhofen, Zürich HB



Leitinstrumente

Offline: Plakate, e-Panel, e-Board, 20Min. Inserate

Online: Social Media, Spaceback Social Display Ads

Massnahmenübersicht 2022.

	Januar	Februar	März	April	Mai	Juni	Juli	August	Sept.	Oktober	November	Dezember
Social Media	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Online Paid Social Media, Spaceback Social Display Ads				x	x			x	x			
Print Freespace 20 Minuten				x	x			x	x			
DOOH/OOH Plakat, ePanel und eBoards				x	x			x	x			

Welle April/ Mai:

Alles für meinen Style / Alles für meinen Sonntagmorgen. Mein Bahnhof hats.

Content Beispiel

Behind the scenes: Wie findet man sich im Lager von XY zurecht?

Porträt (Pendler:innen): Wo im Bahnhof shoppst du am liebsten? Welches ist dein Shopping-Geheimtipp im Bahnhof?

Welle August / September:

Alles für mein 5-Gänge-Menü, Alles für meinen bunten Alltag. Mein Bahnhof hats.

Content Beispiel

Behind the scenes: Wie macht man einen California-Burrito?

Porträt Blumenladen: Welche Blumen haben jetzt Saison und zu welchem Anlass sollte man welche Blume verschenken?

Beispiele Content.



Alles für meinen Sonntagmorgen.

Mein Bahnhof hat's: Frisches Gebäck und viele weitere Lebensmittel. Täglich von früh bis spät. sbb.ch/bahnhof

Shopping im Bahnhof

DIENSTAG, 11. APRIL 2023 / 20 MINUTEN CH

Wirtschaft 15

«Vier stille Sonntage kosten den Handel 170 Millionen»

ZÜRICH. An vier Sonntagen sollen alle Läden geschlossen bleiben. Das würde den Handel viel Geld kosten und die Leute ins Ausland treiben. Nicht einladen, arbeiten oder Geschäfte betreiben: Das können sind Festlegungen, wie die Sommerferien aussehen werden. In der Schweiz sind die Läden am Sonntag geschlossen. Das ist ein Grund, warum der Handel in der Schweiz weniger Umsatz erzielt als in anderen Ländern. In Deutschland sind die Läden am Sonntag geöffnet, was zu einem höheren Umsatz führt. In der Schweiz sind die Läden am Sonntag geschlossen, was zu einem niedrigeren Umsatz führt. In der Schweiz sind die Läden am Sonntag geschlossen, was zu einem niedrigeren Umsatz führt.

Musk macht Rückzieher

Wusste Merkel, wo Wirecard-Chef war?

Salmonellen: Belgien ermittelt gegen Ferrero

Seilbahnen wenden Fondueverbot ab



Sujets.

SBB CFF FFS

Alles für meinen Sonntagmorgen.

Mein Bahnhof hats: frisches Gebäck und viele weitere Lebensmittel. Täglich von früh bis spät. sbb.ch/bahnhof

Shopping im Bahnhof

SBB CFF FFS

Alles für mein Wohlbefinden.

Mein Bahnhof hats: vielfältige Auswahl für Gesundheit, Schönheit und mehr. Täglich von früh bis spät. sbb.ch/bahnhof

Shopping im Bahnhof

SBB CFF FFS

Alles für meine Unterhaltung.

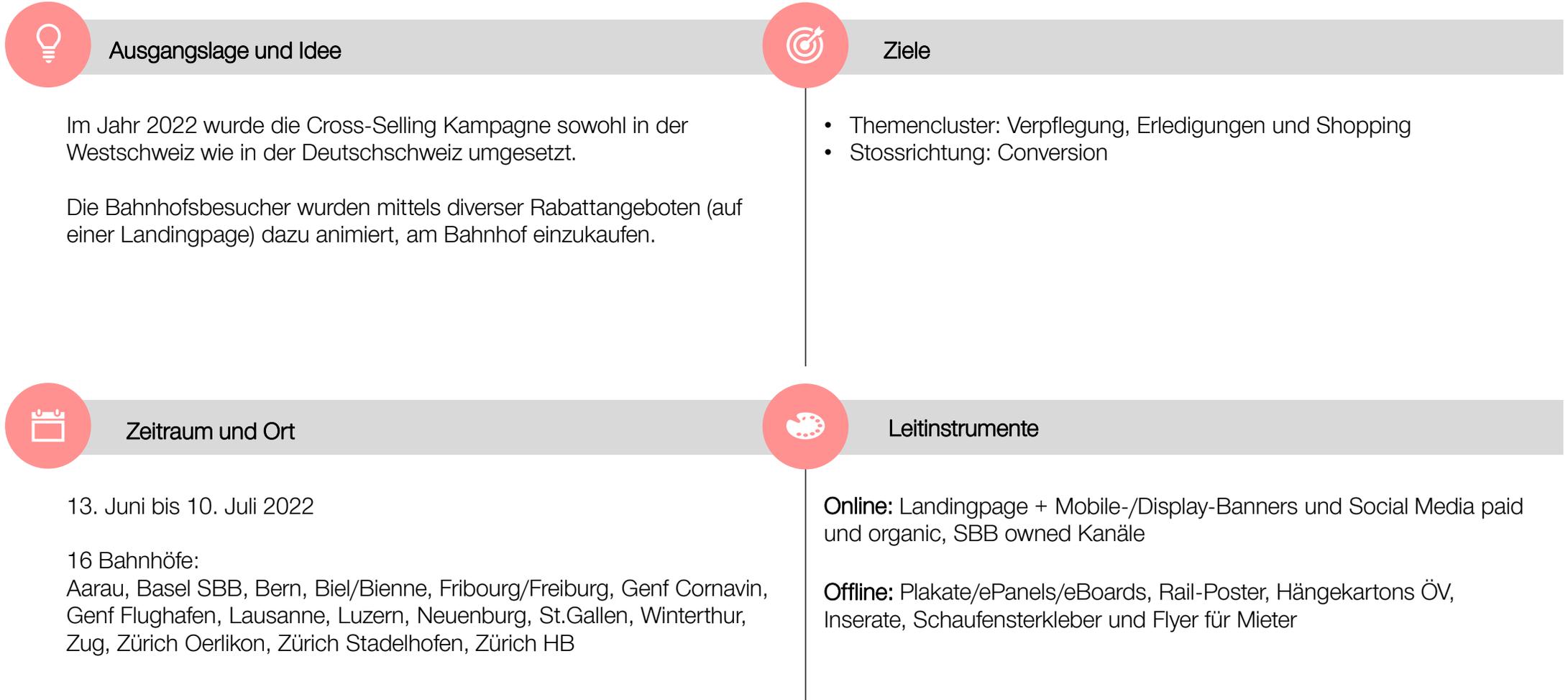
Mein Bahnhof hats: abwechslungsreiche Lektüre, Elektronik und mehr. Täglich von früh bis spät. sbb.ch/bahnhof

Shopping im Bahnhof

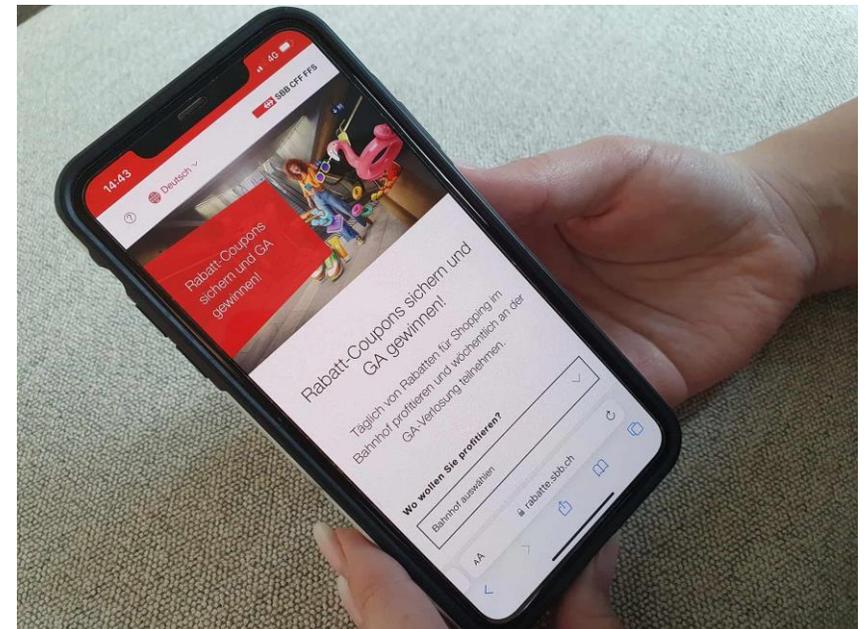
Cross-Selling.

Kampagnen Rückblick 2022.

Cross-Selling Kampagne.



Impressionen.



Auswertung.

Aufrufe Webseite (gesamter Zeitraum): 58'100

Coupon Downloads: 16'300

Rücklauf Coupons ca. 1'000

Anmeldungen GA Gewinnspiel 14'400

Impressionen:

Social Media 3'330'000

Online Werbung 33'000'000

Offline Werbung (OOH, DOOH) 32'500'000

Fazit.

Aufgrund der tiefen Rücklaufquote und dem abnehmenden Bedarf für Rabatt Couponaktionen seitens Mieter wird es im nächsten Jahr keine Nachfolgekampagne geben.

Fragen zum Rückblick.

Ausblick 2023.



Kampagnenplanung 2023.

Herleitung.

Herleitung Stossrichtung für die Vermarktung der 17 Marketing-Bahnhöfe.

Stossrichtungen für die Vermarktung der Standorte Bahnhof orientieren sich entlang eines adaptierten Sales-Funnels:



Die Zuteilung und das Clustering der Bahnhöfe erfolgt über folgende Dimensionen (IST-Werte):

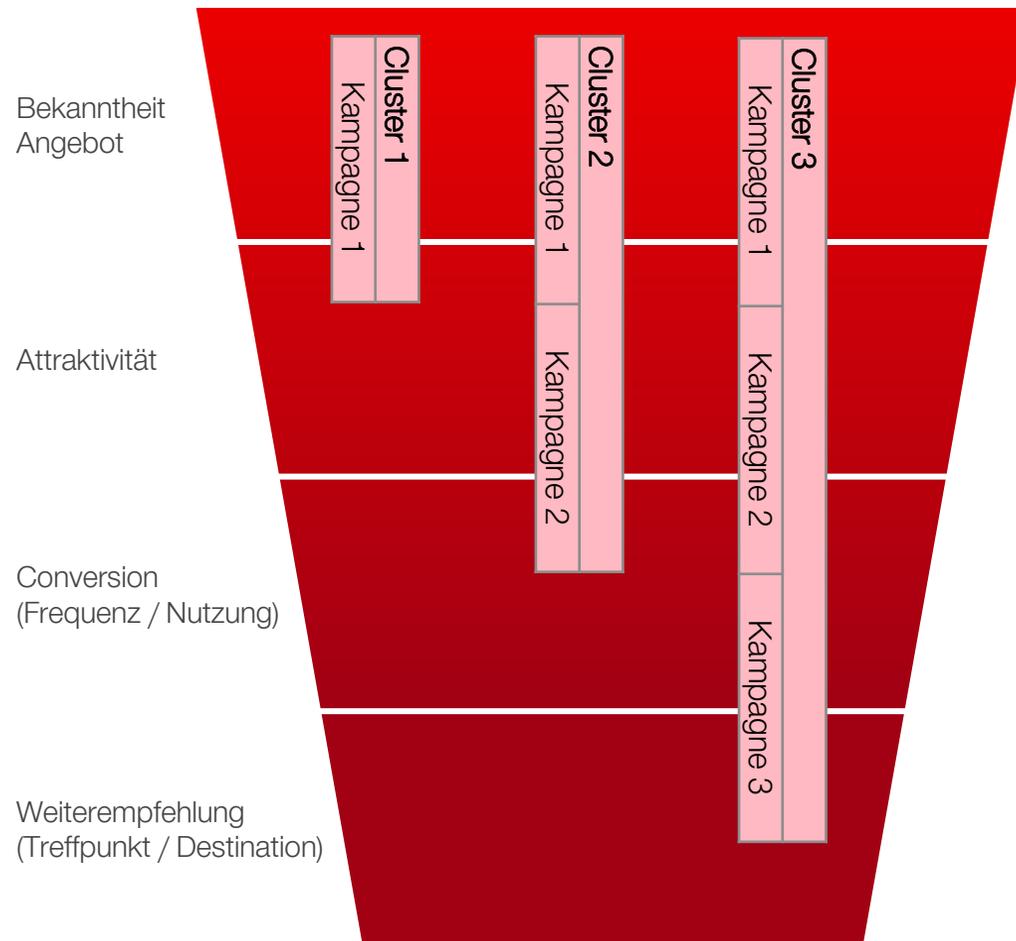
- Anzahl vorhandener Konzepte¹: niedrige Anzahl Konzepte (bis ca. 15), mittlere Anzahl Konzepte (ca. 15-30), hohe Anzahl Konzepte (> 30)
- Aufenthaltsdauer: Durchschnittliche Aufenthaltsdauer am Bahnhof im Quervergleich (BHF Kat. A-C) unter / im / über Schnitt
- Ausgaben²: Durchschnittliche Ausgaben am Bahnhof (exkl. Tickets / Billette) im Quervergleich (BHF Kat. A-C) unter / im / über Schnitt

¹Gezählt werden im Sinne der Angebotsbreite die Anzahl unterschiedlicher Konzepte pro Bahnhof (Beispiel: Zwei Kioske an einem Bahnhof zählen als ein Konzept)

²Die durchschnittlichen Ausgaben wurden pro Bahnhofsbesuch erhoben – aus der Datenbasis kann nicht abgeleitet werden, im Rahmen welcher Rollenausübung die Ausgaben erfolgten

³Die Einordnung im Funnel ist nicht abschliessend und aufgrund der unterschiedlichen Rollenausprägungen pro BHF / BHF-Cluster sowie der stetigen Entwicklung der Angebote fließend

Clustering der Marketing-Bahnhöfe für **angebotsbasiertes** und **kundenorientiertes** Marketing



- Cluster 1) Steigerung von Bekanntheit und Attraktivität**
Cluster: 9-18 Konzepte¹, unterdurchschnittliche Aufenthaltsdauer und Ausgaben am BHF
Ziel: Kommunikation des vorhandenen Angebots sowie Entwicklung und Steigerung der Rollenausübung am BHF
Rollenfokus: individuell je Bahnhof in Abhängigkeit des Angebots (Details s. Einzelkonzept)
Bahnhöfe: Biel, Freiburg, Neuenburg, Lausanne, Stadelhofen und Eaux-Vives
- Cluster 2) Steigerung von Attraktivität und Conversion**
Cluster: 14-27 Konzepte¹, durchschnittliche- bis unterdurchschnittliche Aufenthaltsdauer und Ausgaben am BHF (Ausnahme: Genf FLH)
Ziel: Erschliessung des Potenzials; Stärkung der Rollenausübung am BHF und Erhöhung von Ausgaben (über Traffic) und Aufenthaltsdauer
Rollenfokus: Verpflegen, Shoppen und Erledigen; punktuell Geselligkeit bei entsprechenden Opportunitäten
Bahnhöfe: Aarau, Genf Aeroport, Oerlikon, Winterthur, St. Gallen und Zug.
- Cluster 3) Steigerung von Conversion und Weiterempfehlung**
Cluster: 36-125 Konzepte¹, überdurchschnittliche Aufenthaltsdauer und Ausgaben am BHF
Ziel: Abschöpfung des Potenzials und Positionierung beziehungsweise Etablierung als **Destination**
Rollenfokus: Grundsätzlich alle; Arbeit / Produktivität, Geschäftsmeetings und Events bei entsprechenden Opportunitäten
Bahnhöfe: Basel, Bern, Genf Cornavin und Luzern:

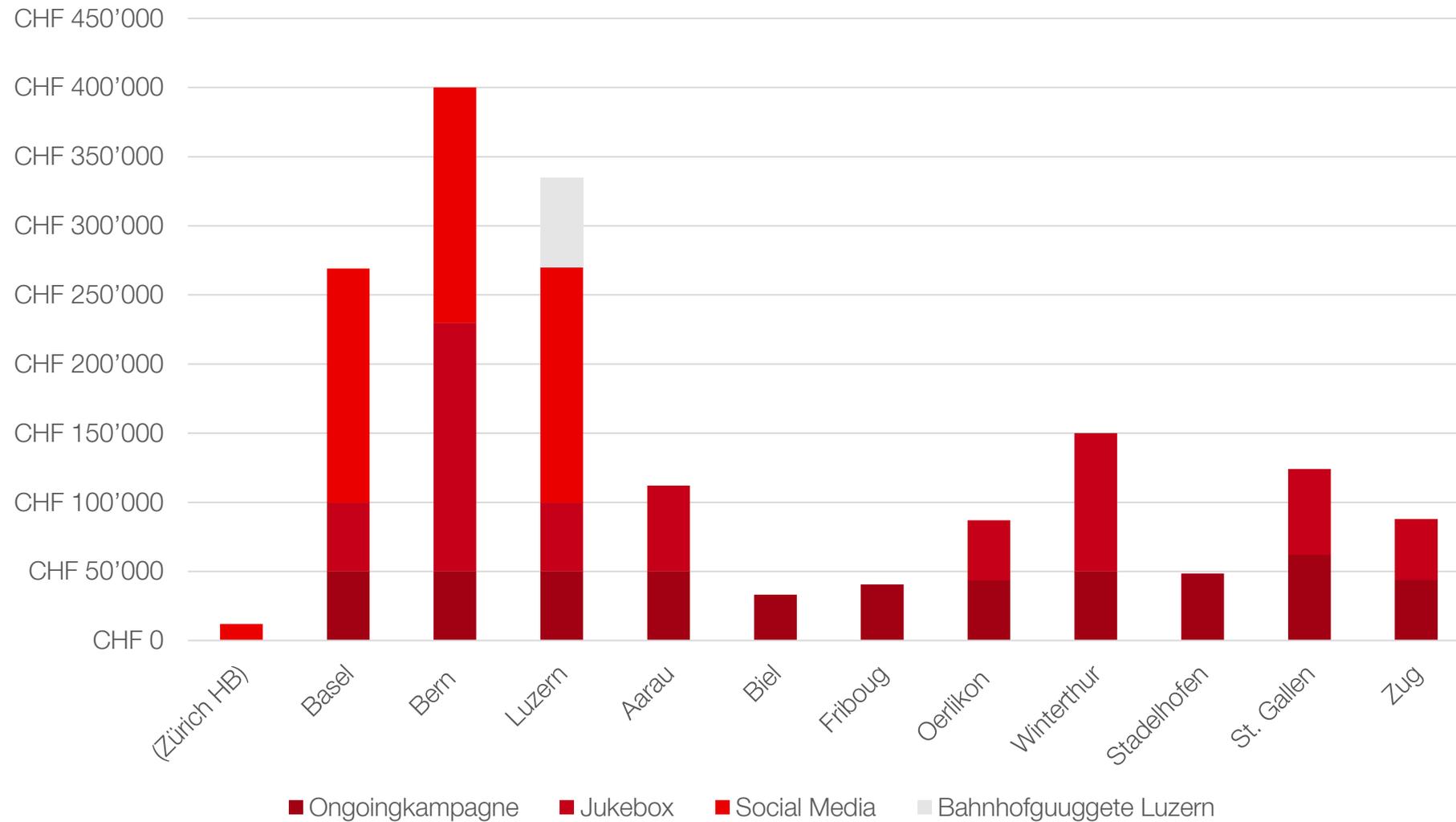
* Kampagnenbudget (Mieterfond) für das Jahr 2022



Kampagnenplanung 2023.

JAN	FEB	MÄR	APR	MAI	JUN
Welle Winter Kampagne Ongoing Bekanntheit Angebot / Attraktivität	Welle Winter Kampagne Ongoing Bekanntheit Angebot / Attraktivität		Welle Frühling Kampagne Ongoing Bekanntheit Angebot / Attraktivität	Welle Frühling Kampagne Ongoing Bekanntheit Angebot / Attraktivität	
Bahnhof Guuggete Attraktivität / Conversion	Bahnhof Guuggete Attraktivität / Conversion		Jukebox Attraktivität / Conversion	Jukebox Attraktivität / Conversion	Jukebox Attraktivität / Conversion
SoMe: Attraktivität / Conversion					
JUL	AUG	SEP	OKT	NOV	DEZ
Welle Sommer Kampagne Ongoing Bekanntheit Angebot / Attraktivität	Welle Sommer Kampagne Ongoing Bekanntheit Angebot / Attraktivität	Jukebox Attraktivität / Conversion	Welle Herbst Kampagne Ongoing Bekanntheit Angebot / Attraktivität	Welle Herbst Kampagne Ongoing Bekanntheit Angebot / Attraktivität	
Jukebox Attraktivität / Conversion	Jukebox Attraktivität / Conversion		Jukebox Attraktivität / Conversion		
SoMe: Attraktivität / Conversion					

Budgetübersicht Bahnhöfe 2023.





Fragen zur Kampagnenplanung 2023.

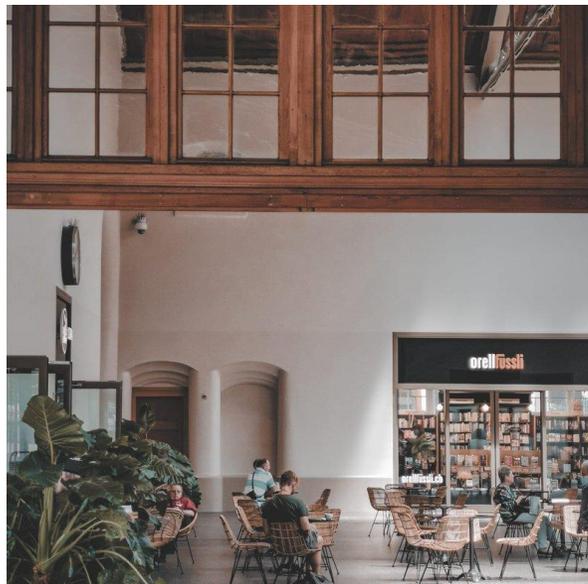
Social Media.

Kampagnen Ausblick 2023.

Kampagne Content Marketing Bahnhöfe.



In unserem Fall und dem Bereich «Mieter:innen»



WHY

Der Bahnhof und seine Mieter:innen tun alles, um den Reisenden und Kund:innen grösstmöglichen Komfort zu bieten. Diese wichtige Botschaft transportieren wir regelmässig zusammen mit Mood-Bildern.

Beispiel Umsetzung

Blickwinkel, Caption mit Bezug zu «WHY», Fotograf:in in Credits (Foto)



HOW

Wir schauen hinter die Kulissen und zeigen, wie die Mieter:innen das WHY umsetzen. Wichtig: wir unterhalten aus Blickwinkeln, die man normalerweise nicht hat.

Beispiel Umsetzung

Mieter:innen-Portraits, Blick hinter die Kulissen, Rezepte (Bewegtbild)



WHAT

Wir kommunizieren das Angebot der Mieter:innen und stellen dieses explizit in den Fokus. Einfach, attraktiv, auffallend, überzeugend und nicht zu konstruiert.

Beispiel Umsetzung

Produkt Animationen/Bilder, News, Wettbewerbe, Coupons (GIF, Foto)



Grobe Content Planung.

	Jan	Feb	Mrz	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez
Themen 2023	Jahresbeginn Veganuary 3-Könige Dry-January	Valentinstag	Weltfrauentag Frühlingsanfang Sommerzeit	1. April Ostern Weltbüchertag	Muttertag	Pfingsten		1. August		Halloween		Weihnachten Neujahr
Bahnhof Basel SBB			Fasnacht									Weihnachtsmärkte
Bahnhof Bern		Fasnacht									Zibele Märkt	Weihnachtsmärkte
Bahnhof Genf Cornavin					Weinfest							Escalade de Genève
Bahnhof Luzern		Fasnacht	Fasnacht	Int. Comic Festival								Weihnachtsmärkte
Kampagne 1: On going	Alles für mein Wohlbefinden	Alles für meine Unterhaltung		Ongoing	Ongoing		Ongoing	Ongoing		Ongoing	Ongoing	
Kampagne 2: Jukebox			<i>Aktivierung Jukebox</i>	Jukebox								

Themeninputs jederzeit an

socialmedia.immobilien@sbb.ch

Jukebox.

Kampagnen Ausblick 2023.

Jukebox Kampagne.



Ausgangslage und Idee

- Wir stellen im Bahnhof eine Jukebox inkl. leuchtendem Dancefloor auf.
- Die Idee soll auf die Aufenthaltsqualität im Bahnhof abzielen und den Bahnhof auch als Event- und Verweilort positionieren.
- Sujet und Botschaft stellen den regionalen Bahnhof als attraktive Destination in den Vordergrund.
- Verzicht auf direkte Mietereinbindung und Gutscheine. Jukebox-Verwendung für alle zugänglich.
- Regionale Kooperationen (Dance Battles, Flash mobs, etc.)



Ziele

- Kundenrolle: Events, Geselligkeit
- Stossrichtung: Attraktivität & Conversion
- Steigerung Aufenthaltsdauer und Ausgaben am Bahnhof



Zeitraum und Ort

April bis Oktober 2023 (ohne Sommerferien)

10 Bahnhöfe.

Aarau, Basel SBB, Bern, Genf Cornavin, Genf Flughafen, Luzern, St. Gallen, Winterthur, Zürich-Oerlikon und Zug.



Leitinstrumente

Offline: Eventinstallation Jukebox, APG Plakate / -Epanels, Inserat 20 Minuten, Regionale Zeitungen, ÖV-Werbung

Online: Mobile/Display Banners, Paid SoMe, Bahnhöfe Social Media + SBB (organisch), Newsletter SBB, Tik Tok

«Jukebox on Tour» April bis Oktober 2023.

Standort	Zeitraum
Genf Flughafen	April
Genf Cornavin	April
Bern	Mai
Luzern	Mai
Zug	Juni
St. Gallen	Juni
Zürich-Oerlikon	August
Winterthur	September
Aarau	September
Basel SBB	Oktober

 SBB CFF FFS

SBB Jukebox: Song spielen und gewinnen.

Jetzt im Bahnhof entdecken und Shopping
Gutscheine im Wert von CHF 100.- gewinnen.
Alle Termine: sbb.ch/jukebox



Shopping
im Bahnhof

 SBB CFF FFS

SBB Jukebox: Sounds like a win.

Jetzt im Bahnhof entdecken und Shopping
Gutscheine im Wert von CHF 100.- gewinnen.
Alle Termine: sbb.ch/jukebox



Shopping
im Bahnhof



Ongoing.

Kampagnen Ausblick 2023.

Ongoing Kampagne.



Massnahmenübersicht 2023.



	Januar	Februar	März	April	Mai	Juni	Juli	August	September	Oktober	November	Dezember
	Leitsujets Winter: Mein Wohlbefinden / Meine Unterhaltung			Alle Sujets abgestimmt auf die Bahnhöfe			Alle Sujets abgestimmt auf die Bahnhöfe			Alle Sujets abgestimmt auf die Bahnhöfe		
	Content Winter: Mein Bahnhof: Orell Füssli Mitarbeiter:in zeigt uns ihre Buchtipps. Behind the scenes: Wie geht eigentlich: „Schöne Haut im Winter“? Tipps von Rituals zur Hautpflege.											
Online Social Media, Mobile/Displaybanner	X	X		X	X		X	X		X	X	
Print Freespace 20 Minuten	X	X		X	X		X	X		X	X	
OOH/DOOH Plakat, ePanel und eBoards	X			X			X			X		

Die drei Botschaften werden mittels Pre-Test getestet.

SBB CFF FFS

Alles für meine Unterhaltung.

Mein Bahnhof Basel SBB hats:
abwechslungsreiche Lektüre, Elektronik
und mehr. Täglich von früh bis spät.
sbb.ch/shopping

Shopping
im Bahnhof

SBB CFF FFS

Mein Bahnhof hats.

Alles für meine Unterhaltung:
abwechslungsreiche Lektüre, Elektronik
und mehr. Täglich von früh bis spät.
sbb.ch/shopping

Shopping
im Bahnhof

SBB CFF FFS

Mein Bahnhof Basel SBB hats.

Alles für meine Unterhaltung:
abwechslungsreiche Lektüre, Elektronik
und mehr. Täglich von früh bis spät.
sbb.ch/shopping

Shopping
im Bahnhof

Weitere Informationen.

Wo finde ich die Informationen und Kontakte.



Marketing Plattform

sbb.ch/mieter

Benutzer: Mieter

Passwort: Passwort: qe-wNB*?



Roadshow, 1x / Jahr

Nächster Termin: Q4 2023



marketing.immobilien@sbb.ch

Für alle Fragen & Anliegen zum Marketing

Fragen & Austausch.