

# Marketing Roadshow.

SBB Immobilien Marketing Bahnhöfe  
Zürich, November 2023

# Das Team Marketing Bahnhöfe und Anlageobjekte.



André Koop



Katharina Reber



Urban Burch



Raphael Schüssler



Sunniva Gassmann



Heiko Meyer



Monica Gonzalez



Christina Batt



Arina Vollenweider



Grégoire Pilly



Matteo Theler

# Agenda.

1. **Rückblick 2023**
  1. Kampagnenplanung
  2. Budget
  3. Kampagnen
2. **Ausblick 2024**
  1. Kampagnenplanung
  2. Budget
  3. Kampagnen
3. **Fragen und Austausch**



# Rückblick 2023.

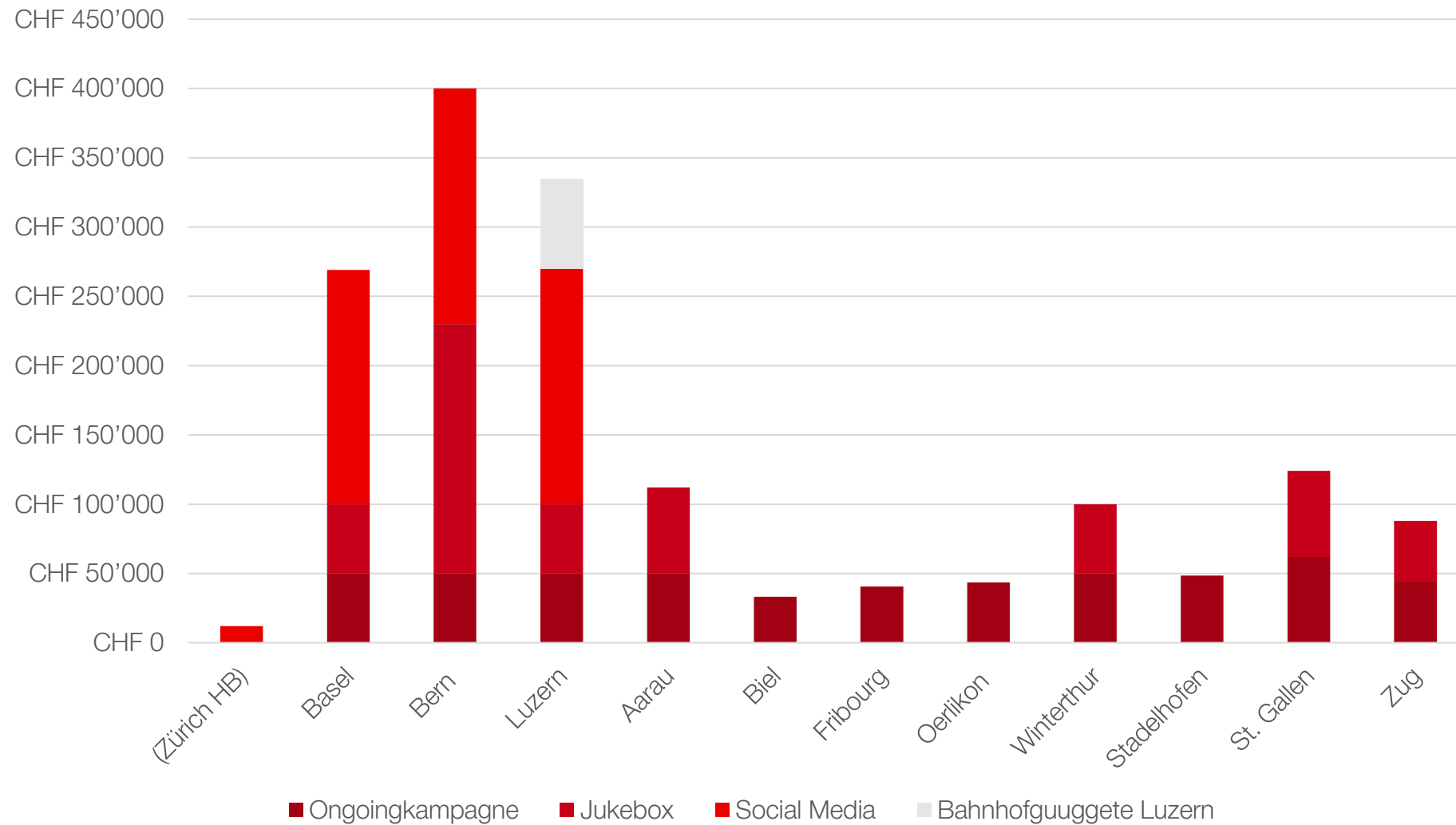




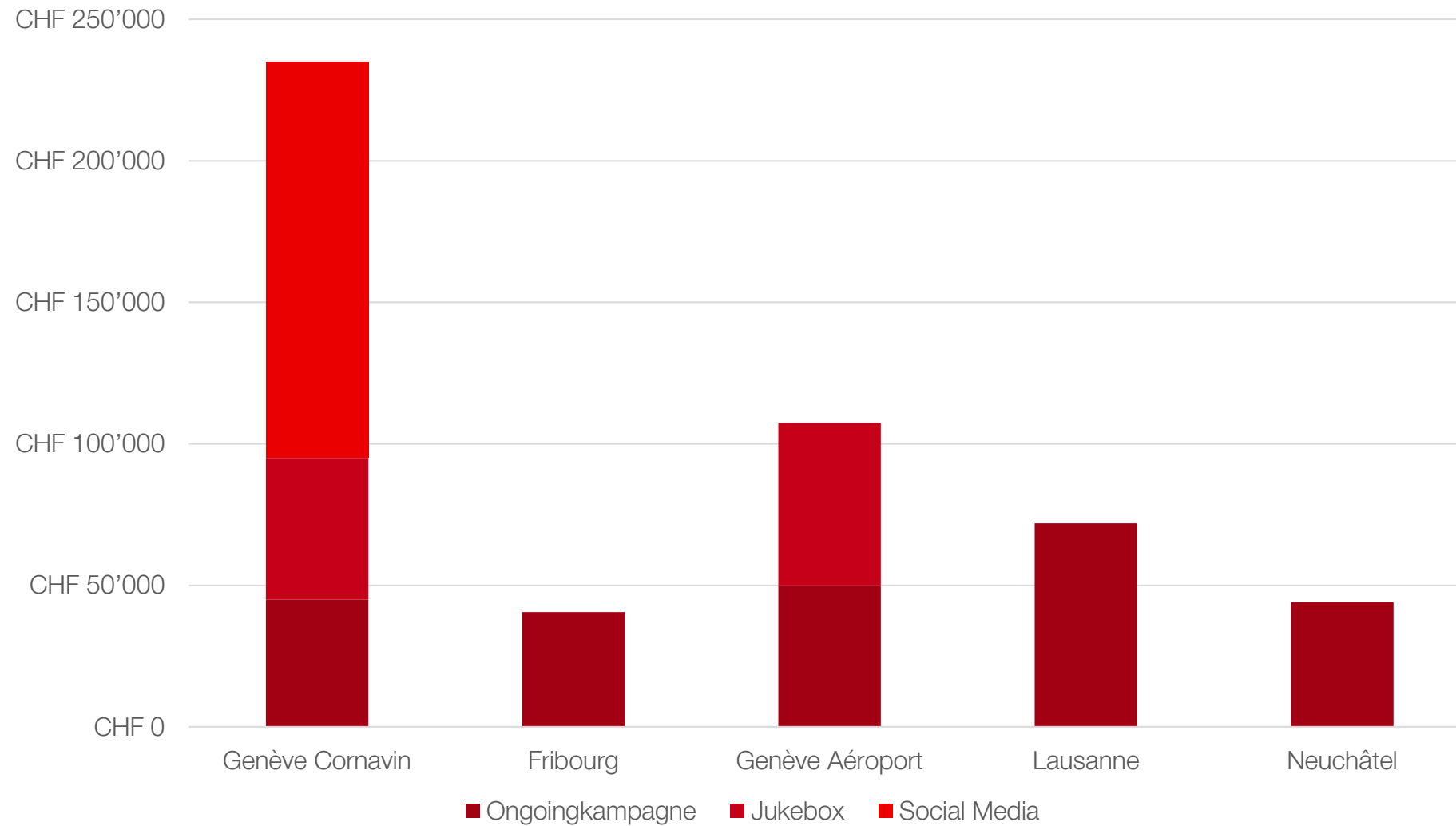
# Kampagnenplanung 2023.

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

# Budgetübersicht Bahnhöfe 2023.



# Budgetübersicht Bahnhöfe 2023.





# Social Media.

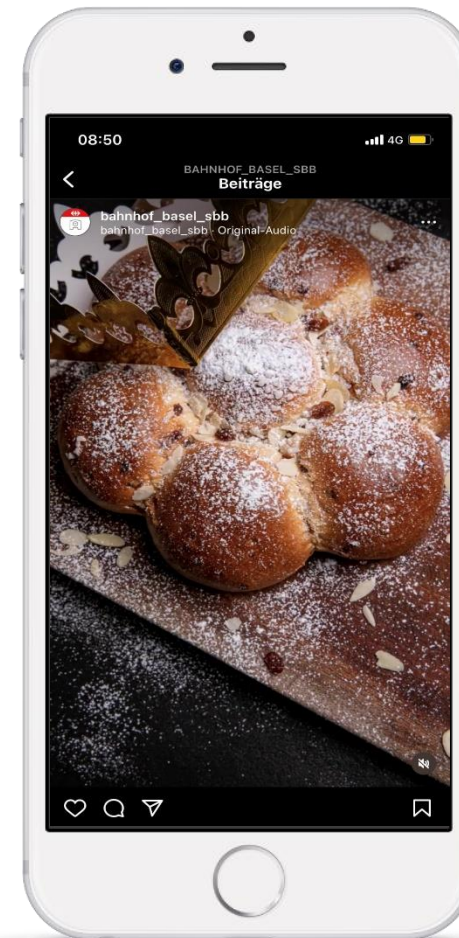
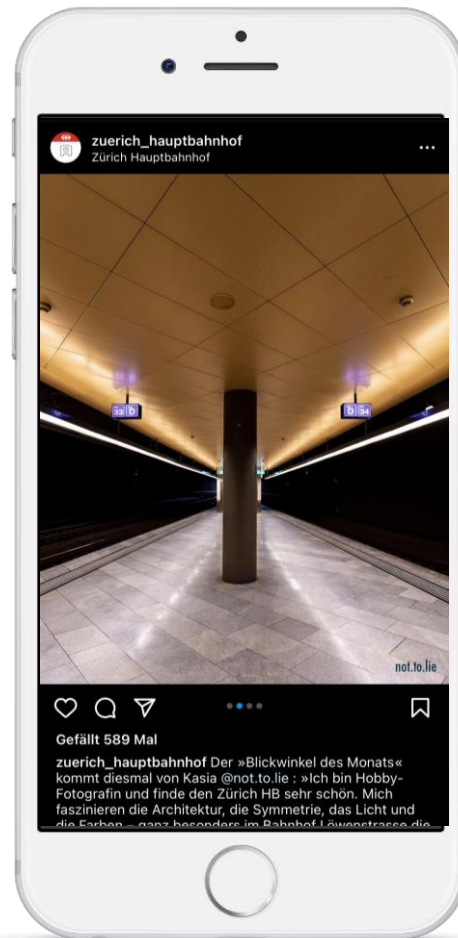
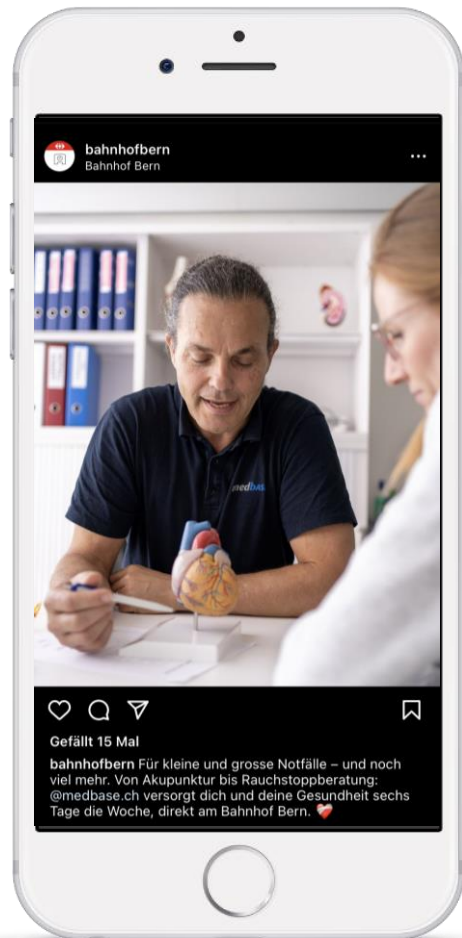
Kampagnen Rückblick 2023.



# Kampagne Content Marketing Bahnhöfe.



# Online Massnahmen.



## Social Media Kanäle Bahnhöfe.

	Basel SBB	Bern	Luzern	Genf Cornavin	Zürich HB
<b>Post</b>					
Facebook	106	102	117	98	47
Instagram	107	104	123	97	52
<b>Reichweite</b>					
Facebook	4'722'360	5'616'788	6'052'055	6'376'424	4'573'668
Instagram	6'959'317	6'398'350	8'768'594	5'790'901	1'321'840
<b>Follower</b>					
Facebook	11'099	11'511	6'396	9'447	20'692
Instagram	3'104	3'964	2'993	3'396	8'148

Januar – Oktober 2023

# Ongoing.

Kampagnen Rückblick 2023.



# Die Shopping Visuals in ihrer Vielfalt.



# Ongoing Kampagne.



## Ausgangslage und Idee

- Die Sujets der Ongoing Kampagne 2022 wurden auch 2023 eingesetzt.
- Einzig das Sujet «Verpflegung» wurde neu erstellt.
- Weiter wurde die Hauptbotschaft und Nebenbotschaft optimiert.
- Damit der Bahnhof «Top of Mind» bleibt, wenn es um Verpflegung, Erledigungen und Shopping geht, haben drei Werbewellen immer wieder Impulse gesetzt.



## Ziele

- Kundenrolle: Verpflegung, Shopping, Erledigungen
- Stossrichtung: Bekanntheit Angebot und Attraktivität



## Zeitraum und Ort

Januar/Februar, April/Mai, Juli/August Oktober/November 2023:

Bahnhöfe: Aarau, Basel SBB, Bern, Biel, Freiburg, Genf Cornavin, Genf Flughafen, Lausanne, Luzern, Neuenburg, St. Gallen, Winterthur, Oerlikon, Stadelhofen, Zug



## Leitinstrumente

**Offline:** Plakate, E-Board und E-Panel, 20Min. Gratiszeitung,

**Online:** Social Media (Facebook und Instagram)

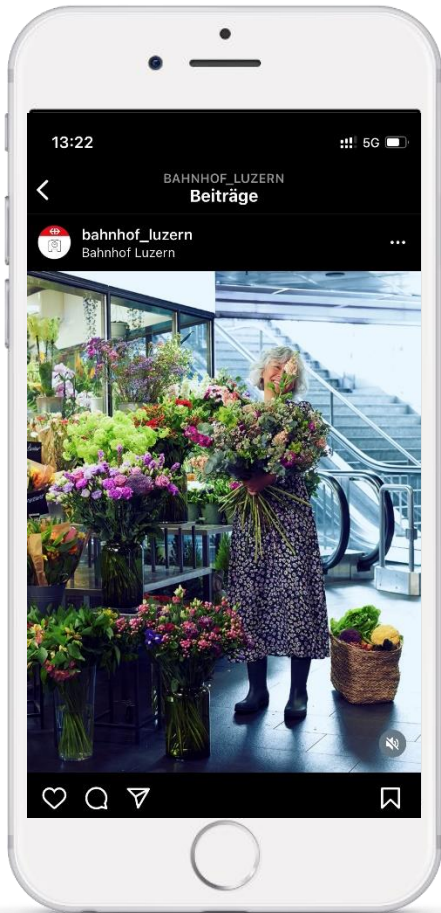


# Massnahmenübersicht 2023.

	9. Januar KW2	26. Februar KW8	März	3. April KW14	28. Mai KW21	Juni	3. Juli KW 27	27. August 34	September	2. Oktober KW40	26. November KW47	Dezemb er
	<b>Leitsujets Winter:</b> Mein Wohlbefinden / Meine Unterhaltung			Alle Sujets abgestimmt auf die Bahnhöfe			Alle Sujets abgestimmt auf die Bahnhöfe			Alle Sujets abgestimmt auf die Bahnhöfe		
	<b>Content Winter:</b> Mein Bahnhof: Orell Füssli Mitarbeiter:in zeigt uns ihre Lieblings-Gipfeli-Orte im Bhf.  Behind the scenes: Wie geht eigentlich: „Schöne Haut im Winter“? Tipps von Rituals zur Hautpflege.											
<b>Online</b> Social Media, Mobile/Displaybanner	<b>Spaceback</b>			x	x		x	x		x	x	
<b>Print</b> Freespace 20 Minuten	x			x	x		x	x		x	x	
<b>OOH/DOOH</b> Plakat, ePanel und eBoards	<b>1 Woche Plakate only</b>			x	x		x	x		x	x	



# Beispiele Content.



BAHNSTADT, 12. APRIL 2022 / JOHANNITEN.CH

**Wirtschaft 15**

## «Vier stille Sonntage kosten den Handel 170 Millionen»

ZÜRICH. An vier Sonntagen werden alle Läden geschlossen. Mehrere hundert Millionen gehen verloren. Die vier Tage sind ein Verlust für den Handel. Die vier Tage sind ein Verlust für den Handel. Die vier Tage sind ein Verlust für den Handel.

**Musikzieher**

Das Schweizer Musikzeitschriftchen «Musik» hat sich ein neues Format angedacht. Die neue Ausgabe wird am Sonntag erscheinen. Die neue Ausgabe wird am Sonntag erscheinen.

**Wusste Merkel, wo Wirecard-Chef war?**

Die Wirecard-Chefin Barbara Riegler hat sich in den USA versteckt. Die Wirecard-Chefin Barbara Riegler hat sich in den USA versteckt.

**Salmonellen: Belgien ermittelt gegen Ferrero**

Die Belgier haben gegen Ferrero ermittelt. Die Belgier haben gegen Ferrero ermittelt.

**Seilbahnen wenden Fondueverbot ab**

Die Seilbahnen haben das Fondueverbot aufgehoben. Die Seilbahnen haben das Fondueverbot aufgehoben.

**Shopping im Bahnhof**

Alles für meinen Sonntagmorgen.

Mein Bahnhof hat: frisches Gebäck und viele weitere Lebensmittel. Täglich von früh bis spät. [sbb.ch/bahnhof](https://sbb.ch/bahnhof)

SBB CFF FFS

Alles für meinen bunten Alltag.

Mein Bahnhof hat: saisonale Blumen, Gemüse, Früchte und mehr. Täglich von früh bis spät. [sbb.ch/bahnhof](https://sbb.ch/bahnhof)

Shopping im Bahnhof

# Jukebox.

Kampagnen Rückblick 2023.

# Sujet und Botschaft der Jukebox Kampagne.

**Hier spielt die Musik.**

Erleben Sie die SBB Jukebox am Bahnhof: Lieblingssong spielen und Shopping-Gutschein gewinnen.\*  
Alle Termine: [sbb.ch/jukebox](https://sbb.ch/jukebox)

**SBB CFF FFS**

**Shopping im Bahnhof**

\*Jeden Tag gibt es einen Einkaufs-Gutschein im Wert von CHF 100.- zu gewinnen.  
Teilnehmende Bahnhöfe: Genf Flughafen, Genf Cornavin, Bern, Zug, St.Gallen, Luzern, Winterthur, Aarau, Basel SBB.

# Jukebox Kampagne.



## Ausgangslage und Idee

- Die Jukebox inkl. leuchtendem Dancefloor wurde in neun Bahnhöfen aufgestellt.
- Nach der Tour vom letzten Jahr wurden folgende Anpassungen und Optimierungen vorgenommen:
- Die Jukebox war für alle zugänglich, mit der Idee den Bahnhof auch als Verweilort zu positionieren.
- Auf eine direkte Mietereinbindung (Abgabe von Gutscheinen) wurde verzichtet.
- Regionale Kooperationen (Dance Battles, Flash mobs, etc.)



## Ziele

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



## Zeitraum und Ort

April bis Oktober 2023

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



## Leitinstrumente

**Offline:** Eventinstallation Jukebox, Plakate /E-panels, Inserat 20 Minuten, Regionale Zeitungen, ÖV-Werbung

**Online:** Mobile/Display Banners, Social Media (Facebook und Instagram), SBB Newsletter



## Plan «Jukebox on Tour» April bis Oktober 2023.

1. bis 12. April – Genf Flughafen, Galerie

15. bis 26. April – Genf Cornavin, Mall Central

29. April bis 10. Mai – Bern, Galeriegeschoss

13. bis 24. Mai – Zug, Ankunftshalle

27. Mai bis 7. Juni – St. Gallen, Untergeschoss Halle West

10. bis 21. Juni – Luzern, Zugang zur Unterführung West

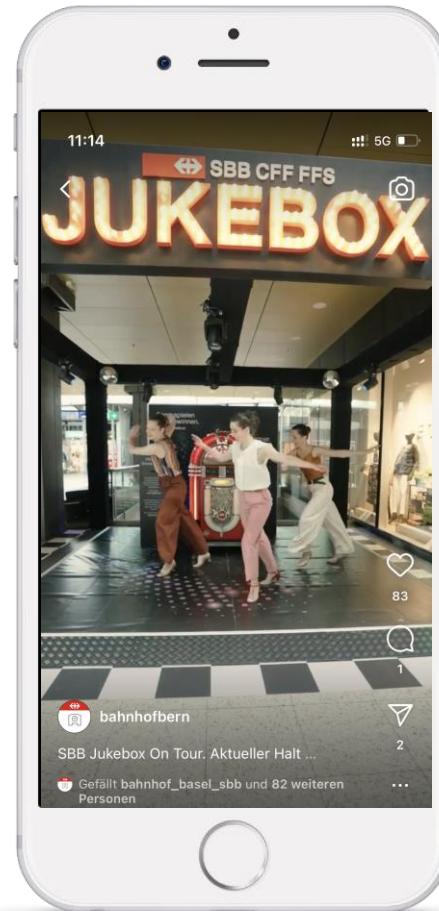
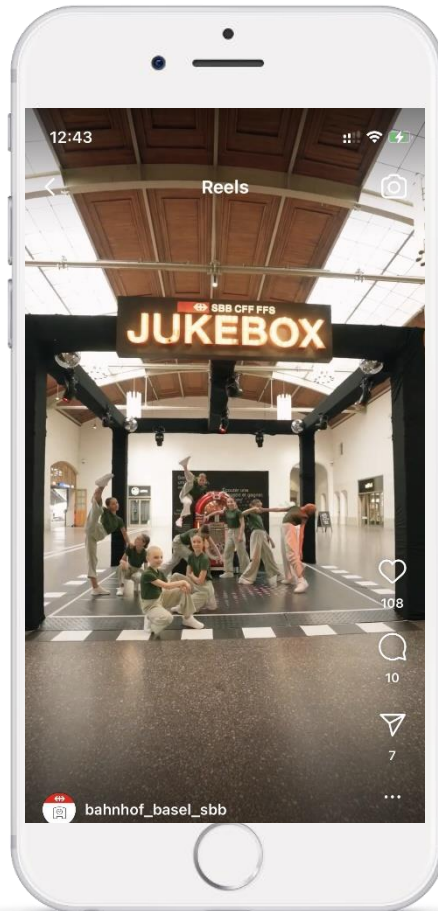
21. August bis 13. September – Winterthur, Unterführung Nord

16. bis 27. September – Aarau, Erdgeschoss in der Einkaufspassage

30. September bis 11. Oktober – Basel SBB, Westflügel

28. und 29. Oktober – Zusatzkampagne Abschluss Jukebox-Tour, Bahngeschoss

# Impressionen aus den Bahnhöfen.

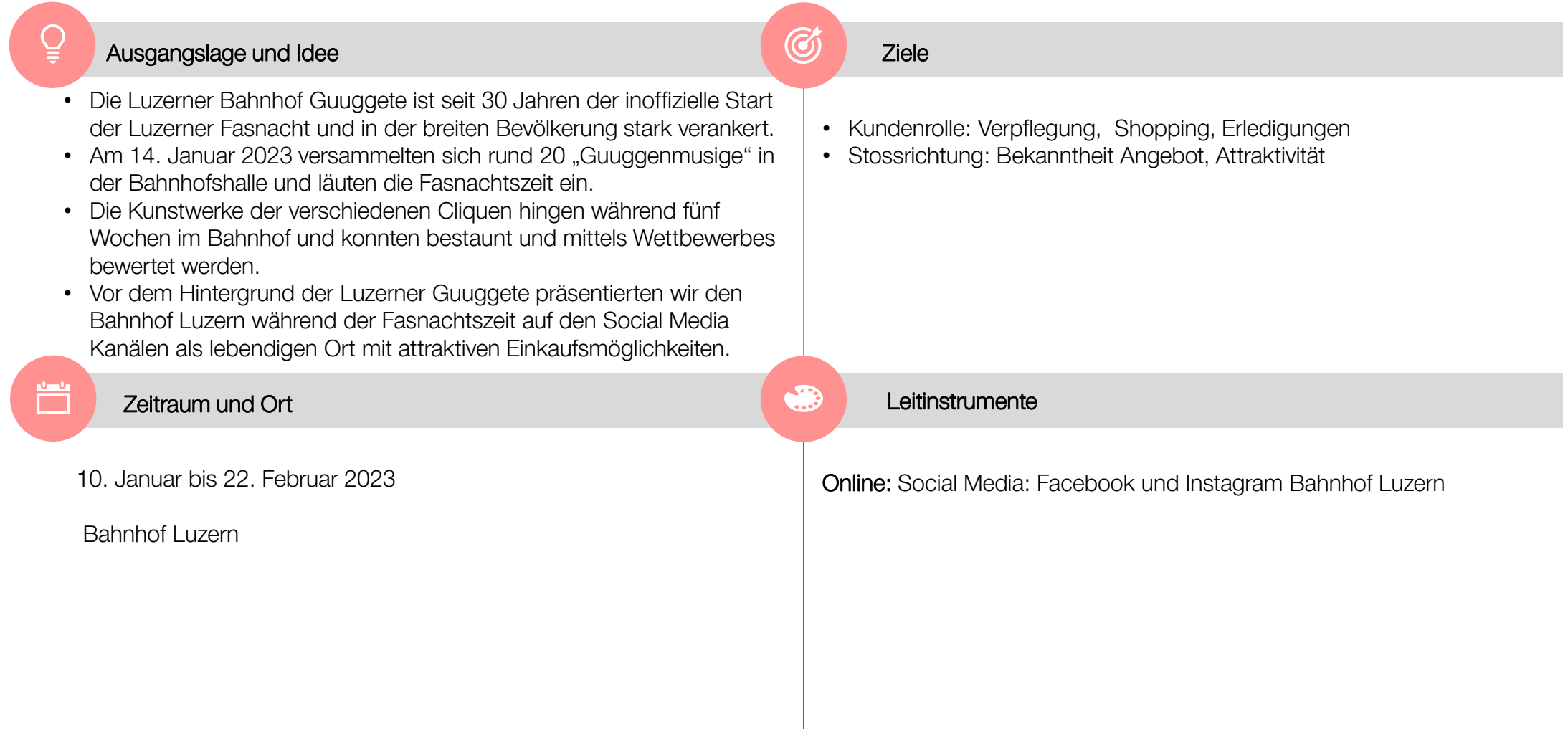


# Bahnhofguggete Luzern.

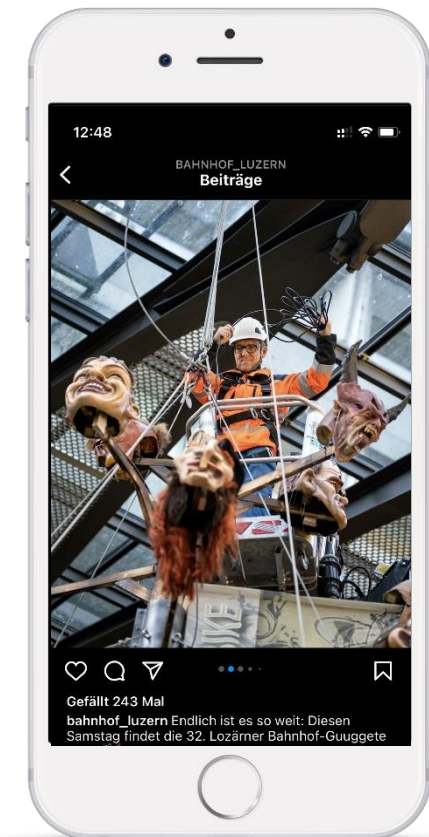
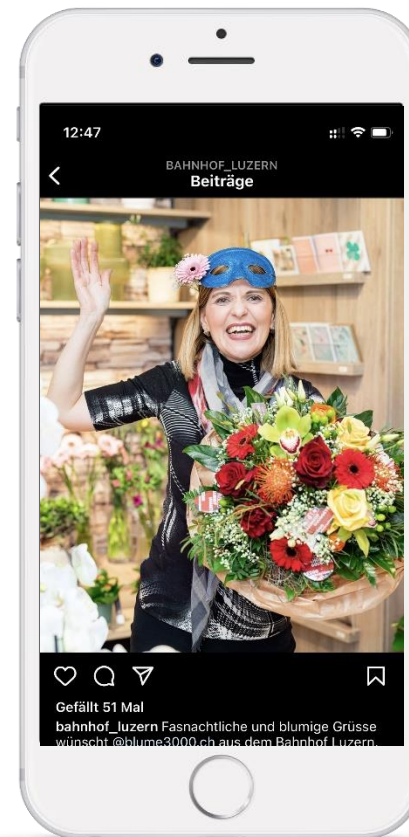
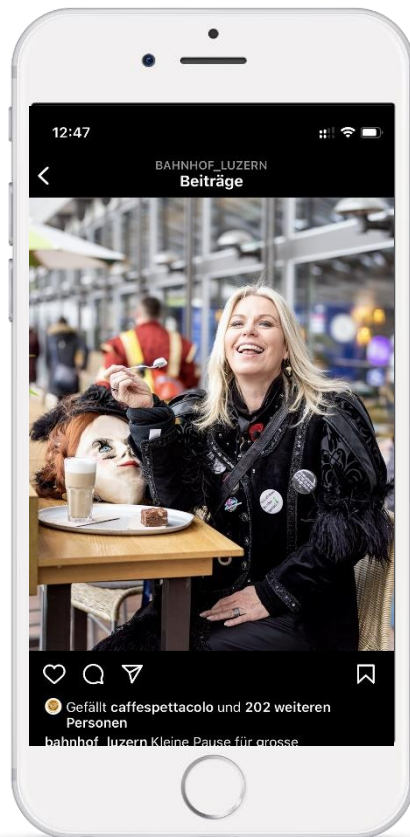
Kampagnen Rückblick 2023.



# Bahnhofguuggete Luzern.



# Beispiele Content.



# Fragen zum Rückblick?

# Ausblick 2024.



# Kampagnenplanung 2024.



# Einzelkonzepte.

## Bahnhof Basel: Lage, Flächen & Angebot<sup>1</sup>.

Lage und Umfeld



<sup>1</sup> Überblick aufbereitete für Marketing im Rahmen der «Einzelkonzepte Bahnhöfe»

IST Angebot am Bahnhof

Shopping		Restaurants & Take-away	
Basel	Ostflügel	Busberry	Passivelle
Bendstraße		American Bakery	
Bahnhof Apotheke	Ostflügel	Brookling	Passivelle
Capella	Passivelle	Caffe Sportswear	Passivelle
Chocote	Passivelle	E Bando	Passivelle
Confiserie Sprungli	Westflügel	Kaffeebraut	Passivelle
Coop City	Passivelle	LEON	Westflügel
Doornbach	Passivelle	Lotus	Westflügel
Drinks of the World	Westflügel	Magna Entry	Westflügel
Flying Tiger	Passivelle	MORENO	Nordost
Goodyear	Passivelle	Nordost	Passivelle
K.Kiosk	Bahnhof Süd	Superga	Passivelle
K.Kiosk	Ostflügel	VITO	Passivelle
K.Kiosk	Passivelle		
K.Kiosk	Westflügel		
		Stress & Fitness	
LIKMET Markt	Passivelle	Agaportum	Ostflügel, 2. Obergeschoss
LIKMET Markt	Passivelle	Agaportum	Bahnhof Basel, 2. Obergeschoss
LIKMET Markt	Passivelle	Agaportum	Bahnhof Basel, 2. Obergeschoss
LIKMET Markt	Passivelle	Agaportum	Bahnhof Basel, 2. Obergeschoss
LIKMET Markt	Passivelle	Agaportum	Bahnhof Basel, 2. Obergeschoss
LIKMET Markt	Passivelle	Agaportum	Bahnhof Basel, 2. Obergeschoss
LIKMET Markt	Passivelle	Agaportum	Bahnhof Basel, 2. Obergeschoss
LIKMET Markt	Passivelle	Agaportum	Bahnhof Basel, 2. Obergeschoss
LIKMET Markt	Passivelle	Agaportum	Bahnhof Basel, 2. Obergeschoss
LIKMET Markt	Passivelle	Agaportum	Bahnhof Basel, 2. Obergeschoss
LIKMET Markt	Passivelle	Agaportum	Bahnhof Basel, 2. Obergeschoss

Vorhandene Promotionsstandflächen und Verteilungspunkte



SWOT Analyse (Quelle: WESTRAS Bahnhöfe)

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> <li>Große Grenzbahnhof Europas</li> <li>Sehr gut frequentierter Bahnhof, (zu) hohe Frequenzen, v.a. auf der Passerelle</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Keine Visitenkarte: Bettler und Randständige (Zugänge Nord &amp; Süd)</li> <li>Fast ausschliesslich Nutzung als Korfbahnhof → lange Haltezeiten</li> <li>Geringe Frequenz im renovierten Westflügel</li> </ul>
Chancen	Gefahren
<ul style="list-style-type: none"> <li>Dreiländerack, Grenzgänger, Nachtzugangebote</li> <li>Architektur und Kunst: Kunstkonzert (bereits in Erarbeitung) → Freiflächen für Kunst</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dauerbaustelle Bahnhof Basel SBB: - Sanierung Bahnhof - Umbau / Erweiterung Bahnhof - Umgestaltung Centralbahnplatz - etc.</li> </ul>



## Bahnhof Basel: Onepager.

Verhalten am Bahnhof<sup>1</sup>

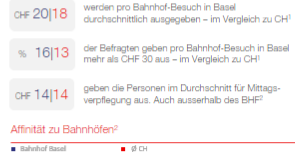


<sup>1</sup> Hier ausgeschlossen: Migros, K. Kiosk und Apotheke (Standardangebot). Der BHF-Basel umfasst insgesamt 36 Konzepte.

Relevante Geschäftsfelder am Bahnhof<sup>1</sup>

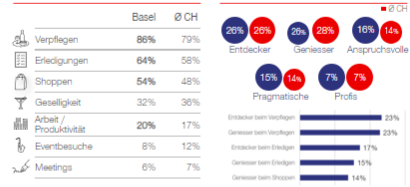


Kaufverhalten am Bahnhof (BHF-Basel vs. Ø CH)<sup>1/2</sup>



<sup>1</sup> Hier ausgeschlossen: Migros, K. Kiosk und Apotheke (Standardangebot). Der BHF-Basel umfasst insgesamt 36 Konzepte. <sup>2</sup> Screenshot der Daten für den BHF-Basel.

Rollenverteilung am Bahnhof<sup>1</sup>



Potentiale und Barrieren<sup>1/2</sup>

**Beurteilung Bahnhof heute!**  
 Der BHF-Basel ist ein Stadtbahnhof mit besonderer Bedeutung für Tourismus. Aus Sicht der Besucher eignet er sich -wahr gut- bis -sehr gut-, um sich zu verpflegen (82% / Ø CH 73%) sowie um Besorgungen zu erledigen und einzukaufen (71% / Ø CH 64%).  
 -Weniger gut- bis -gar nicht- eignet sich der BHF, um etwas Produktives zu tun (66% / Ø CH 60%) sowie für geselliges Beisammensitzen (53% / Ø CH 50%).

**Barrieren / Gründe für Nicht-Nutzung des Bahnhofs<sup>1</sup>**  
 - 42% Kurzaufenthalter < 15min, welche die Angebote nicht nutzen  
 - Gemindert: Primär werden Bahnhöfe nicht als passende Location wahrgenommen  
 - Meeting: BHF ist nicht bevorzugte Location; nicht top geeignet als Arbeits-Location  
 - Events: BHF ist das Angebot zu wenig bzw. nicht bekannt

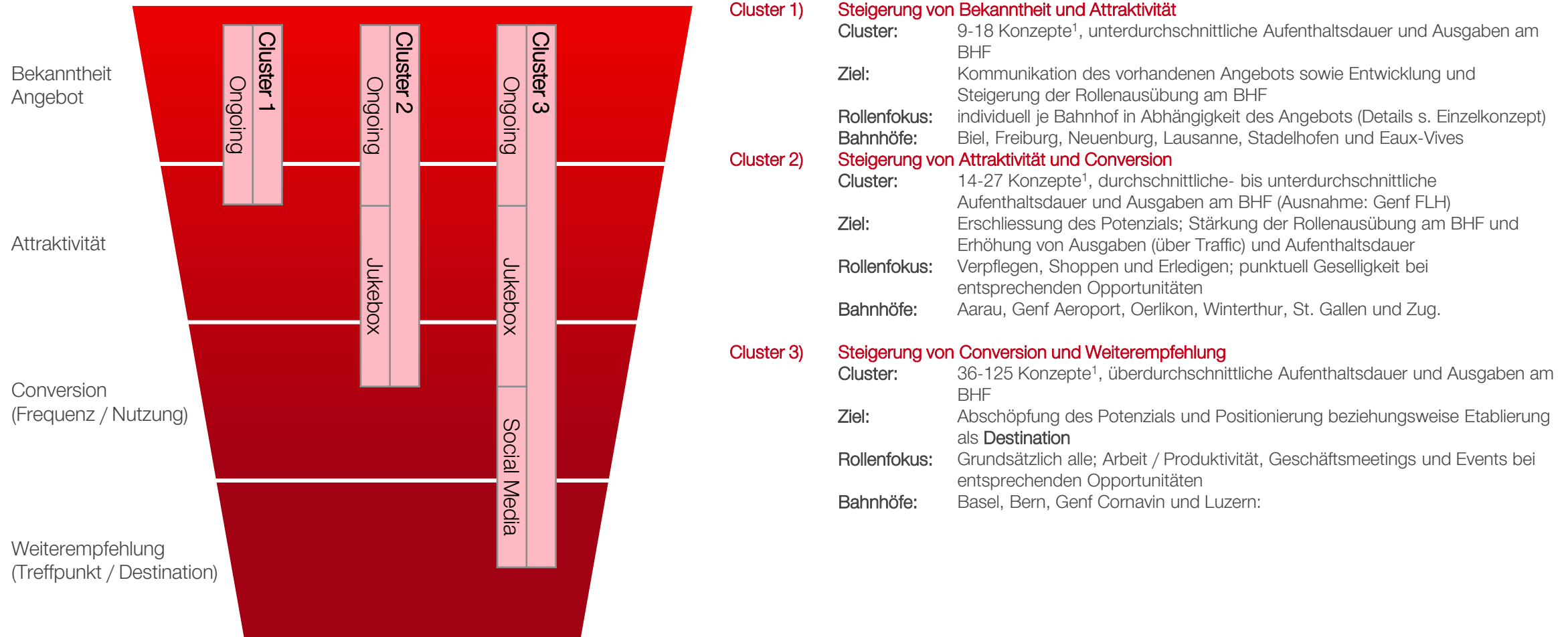
**Wichtigkeit strategischer Themen<sup>2</sup>**

Nachhaltigkeit	30%
Regionalität	31%
Laage	67%
Kunden-PP (53% E-Autos / 48% P&R)	69%
Co-Working Space	46%
Trend-Matiken	23%

**Mittelfristige Stossrichtung**  
 → Fokus: Steigerung von Conversion (Frequenz / Nutzung) und Weiterempfehlung (BHF als Treffpunkt / Destination)  
 → Ziel: Abschöpfung des Potenzials und Positionierung beziehungsweise Etablierung des Bahnhofs als Destination

<sup>1</sup> BHF-Basel. <sup>2</sup> Screenshot der Daten für den BHF-Basel. <sup>3</sup> Screenshot der Daten für den BHF-Basel. <sup>4</sup> Screenshot der Daten für den BHF-Basel. <sup>5</sup> Screenshot der Daten für den BHF-Basel.

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



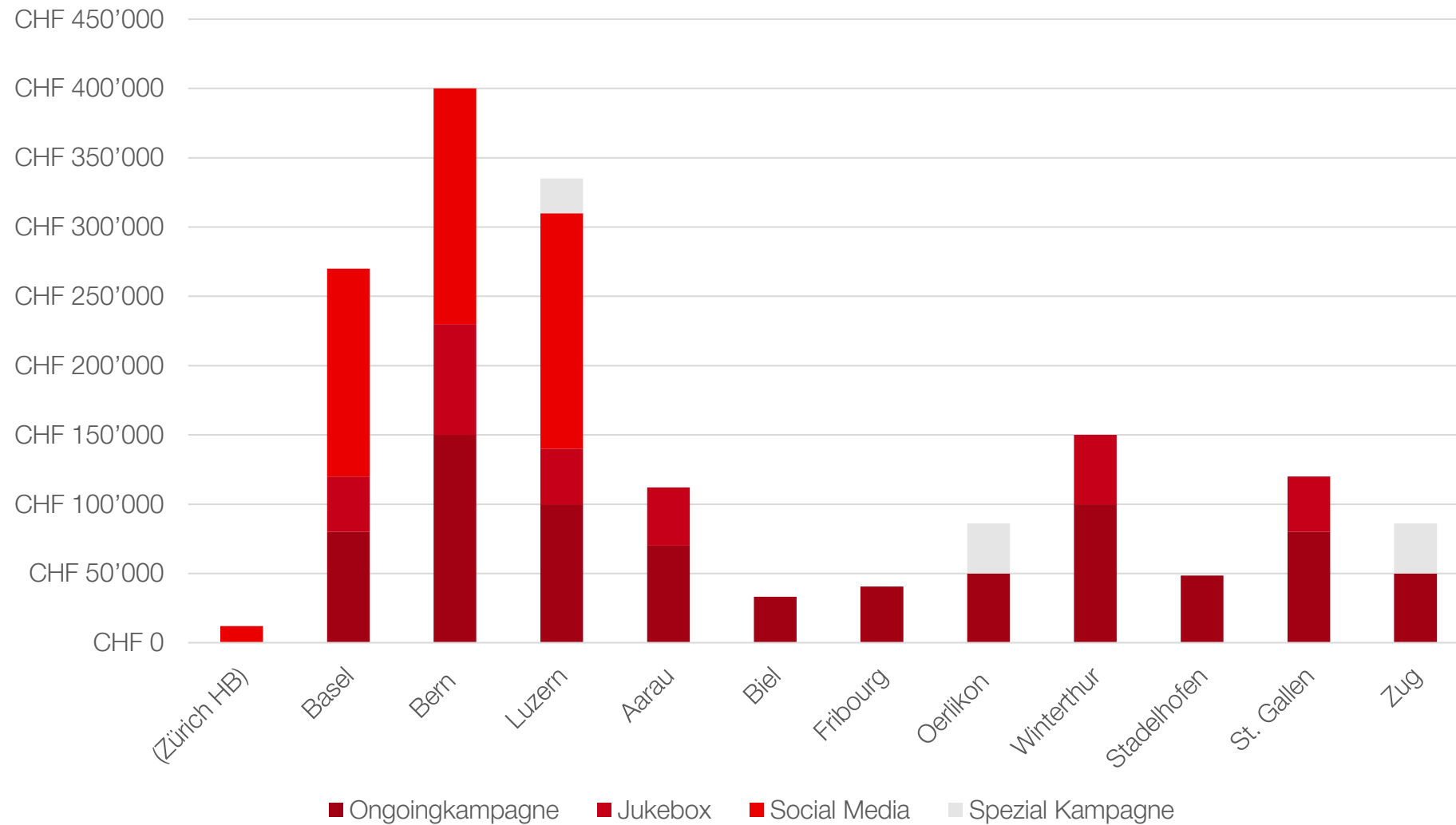
\* Kampagnenbudget (Mieterfond) für das Jahr 2022



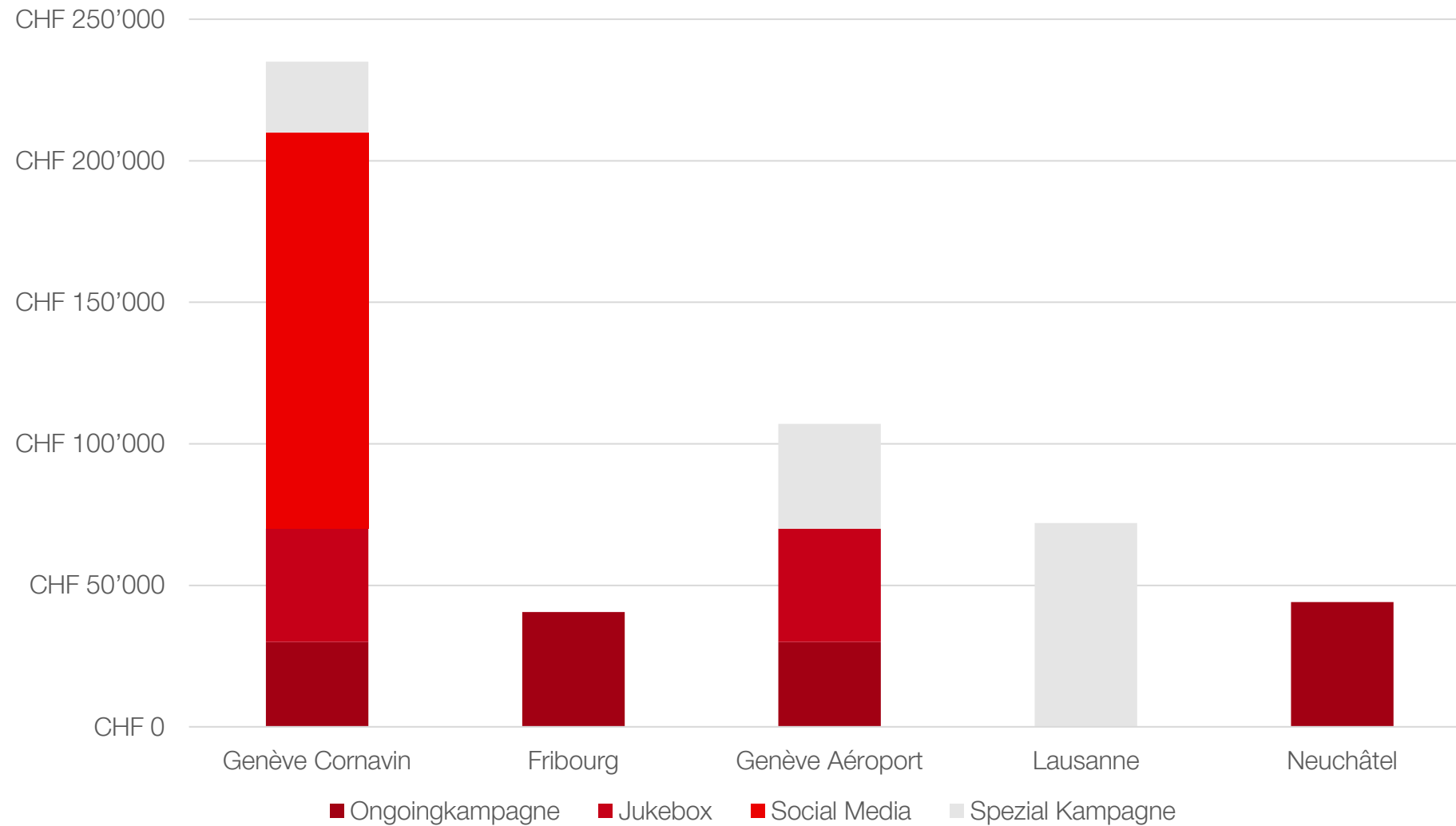
# Kampagnenplanung 2024.

JAN	FEB	MÄR	APR	MAI	JUN
	<b>Welle Winter Kampagne Ongoing</b> Bekanntheit Angebot / Attraktivität	<b>Welle Winter Kampagne Ongoing</b> Bekanntheit Angebot / Attraktivität	<b>Jukebox</b> Attraktivität / Conversion  <b>Spezialkampagne Genf Flughafen</b> Attraktivität / Conversion	<b>Jukebox</b> Attraktivität / Conversion  <b>Spezialkampagne Genf Cornavin</b> Attraktivität / Conversion	<b>Welle Sommer Kampagne Ongoing</b> Bekanntheit Angebot / Attraktivität  <b>Spezialkampagne Oerlikon</b> Attraktivität / Conversion
SoMe: Attraktivität / Conversion					
JUL	AUG	SEP	OKT	NOV	DEZ
<b>Welle Sommer Kampagne Ongoing</b> Bekanntheit Angebot / Attraktivität	<b>Jukebox</b> Attraktivität / Conversion	<b>Jukebox</b> Attraktivität / Conversion	<b>Welle Herbst Kampagne Ongoing</b> Bekanntheit Angebot / Attraktivität	<b>Welle Herbst Kampagne Ongoing</b> Bekanntheit Angebot / Attraktivität	<b>Spezialkampagne Zug</b> Attraktivität / Conversion Datum noch offen
SoMe: Attraktivität / Conversion					

# Budgetübersicht Bahnhöfe 2024.



# Budgetübersicht Bahnhöfe 2024.



# Fragen zur Kampagnen- planung 2024?

# Social Media.

Kampagnen Ausblick 2024.

# Kampagne Content Marketing Bahnhöfe.





Themeninputs jederzeit an

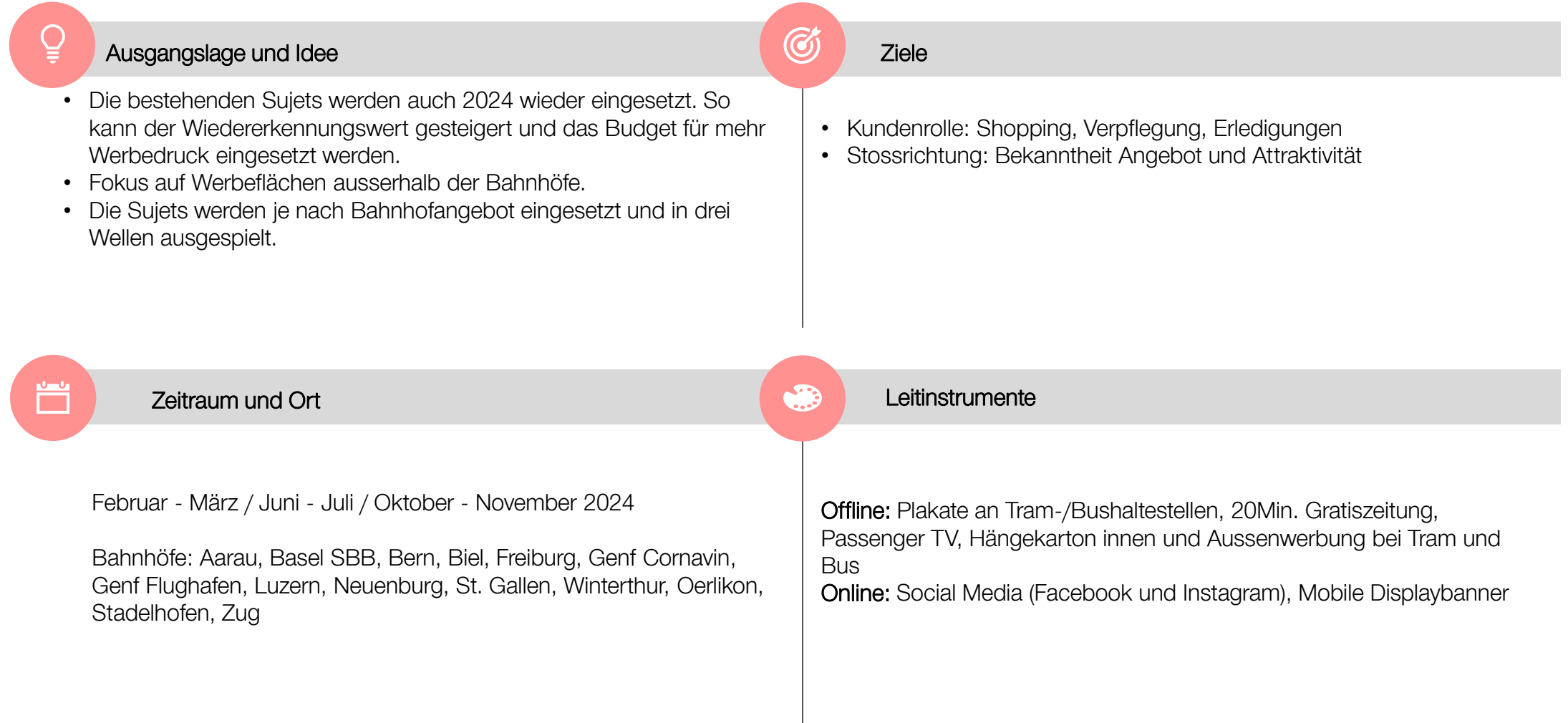
[socialmedia.immobilien@sbb.ch](mailto:socialmedia.immobilien@sbb.ch)



# Ongoing.

Kampagnen Ausblick 2024.

# Ongoing Kampagne.



# Aussenwerbung auf Tram und Bus.





# Massnahmenübersicht 2024.

	Januar	Februar	März	April	Mai	Juni	Juli	August	September	Oktober	November	Dezember
<b>OOH/DOOH</b> Plakat, ePanel und eBoards		2 Wochen				2 Wochen				2 Wochen		
<b>öV</b> (Tram, Passenger TV)		2-3 Wochen				2-3 Wochen				2-3 Wochen		
<b>Online</b> Social Media		4 Wochen	2 Wochen			4 Wochen	2 Wochen			4 Wochen	2 Wochen	
<b>Online</b> Mobile Display		2 Wochen				2 Wochen				2 Wochen		
<b>Print</b> 20 Minuten Gratiszeitung		x	x			x	x			x	x	

# Jukebox.

Kampagnen Ausblick 2024.

# Jukebox Kampagne.



## Ausgangslage und Idee

- Im 2024 wird die Jukebox inkl. leuchtendem Dancefloor mit einem unterhaltsamen Programm für Gross und Klein für Stimmung in den Bahnhöfen sorgen.
- Verschiedene Tanzgruppen mit vielfältigen Stilrichtungen werden im Takt der Jukebox-Klänge ihr Können präsentieren. Ein Moderator wird die Passanten dazu einladen, sich dem Tanzvergnügen anzuschliessen.
- Die Idee soll auf die Aufenthaltsqualität im Bahnhof abzielen und den Bahnhof auch als Verweilort positionieren.



## Ziele

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



## Zeitraum und Ort

April bis September 2024

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



## Leitinstrumente

**Offline:** E-Board, 20 Minuten Gratiszeitung, ÖV-Werbung, Sampling,  
**Online:** Social Media (Facebook und Instagram), Mobile/Display Banner, Banner auf sbb.ch, SBB Newsletter

# Timing Jukebox on Tour 2024.

Standort	Zeitraum
St. Gallen	April / Mai
Winterthur	April / Mai
Aarau	April / Mai
Basel SBB	April / Mai
Genf Cornavin	August / September
Genf Flughafen	August / September
Luzern	August / September
Bern	August / September



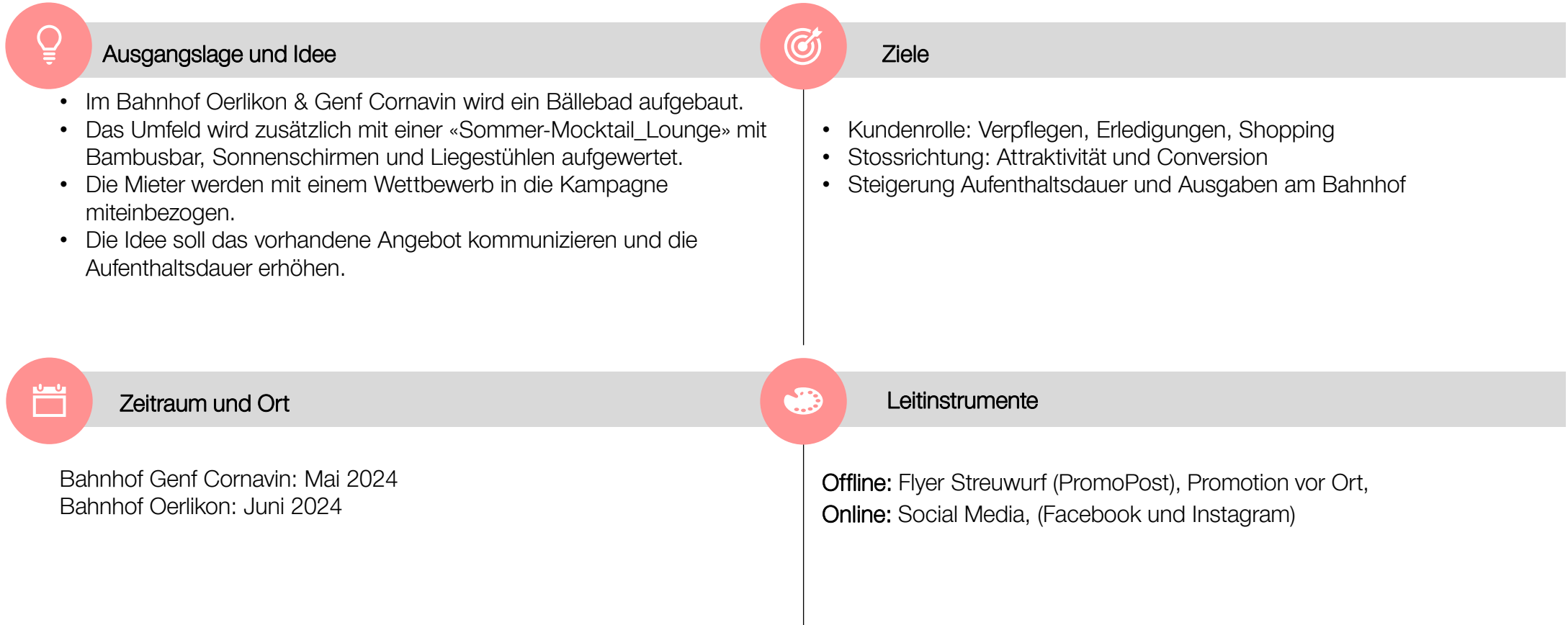
# Jukebox Event mit verschiedenen Tanzgruppen.



# Spezialkampagne Oerlikon & Genf Cornavin.

Kampagnen Ausblick 2024.

# Spezialkampagne Oerlikon und Genf Cornavin.





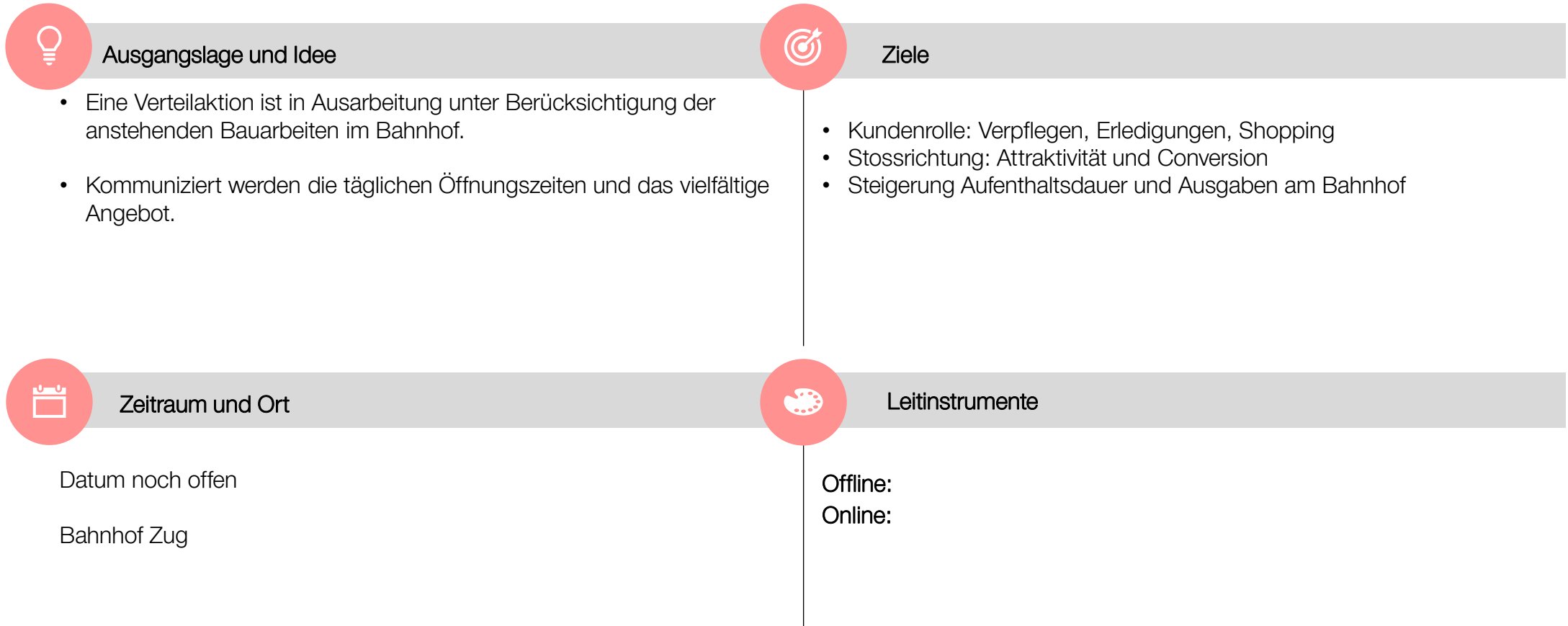
# Key-Visual und Impressionen.



# Spezialkampagne Zug.

Kampagnen Ausblick 2024.

# Spezialkampagne Zug.



# Spezialkampagne Genf Flughafen.

Kampagnen Ausblick 2024.



# Spezialkampagne Genf Flughafen.



## Ausgangslage und Idee

- Um den Bekanntheitsgrad des Angebots am Bahnhof zu erhöhen, wird eine Kampagne in der Nachbarschaft gestartet.
- Die Nachbarn erhalten einen Flyer, der als Talon für die Teilnahme an einem Wettbewerb dient, dessen Urnen nur bei den Mietern des Bahnhofs verfügbar sind.
- Man muss also vor Ort kommen, um teilnehmen zu können. Und so die Einkaufsgalerie und ihre Geschäfte kennenlernen.



## Ziele

- Kundenrolle: Verpflegen, Erledigungen, Shopping
- Stossrichtung: Attraktivität
- Steigerung Frequenz und Angebot Bekanntheit am Bahnhof



## Zeitraum und Ort

Ende Frühling 2024 (ca. Mai 2024)

Bahnhof Genf Flughafen



## Leitinstrumente

**Offline:** Flyer Streuwurf (PromoPost), APG Plakate

**Online:** Programmatic Display & Social Media Kampagne

# Key-Visual und Impressionen.



# Spezialkampagne Lausanne.

Kampagnen Ausblick 2024.

# Spezialkampagne Lausanne.



## Ausgangslage und Idee

- Während der Bauarbeiten am Bahnhof bleiben viele Geschäfte geöffnet.
- Eine Kampagne soll die Kunden über das bestehende Angebot während dieser Umbauphase informieren.
- Sobald die neue Planung der Bauarbeiten bekannt ist, werden die Marketingmassnahmen den Mietern mitgeteilt und anschliessend umgesetzt.



## Ziele

- Kundenrolle: Verpflegen, Erledigungen, Shopping
- Stossrichtung: Attraktivität und Conversion
- Steigerung Angebotsbekanntheit am Bahnhof



## Zeitraum und Ort

Die neue Baustelle Planung wird während Q1 2024 kommuniziert.

Bahnhof Lausanne



## Leitinstrumente

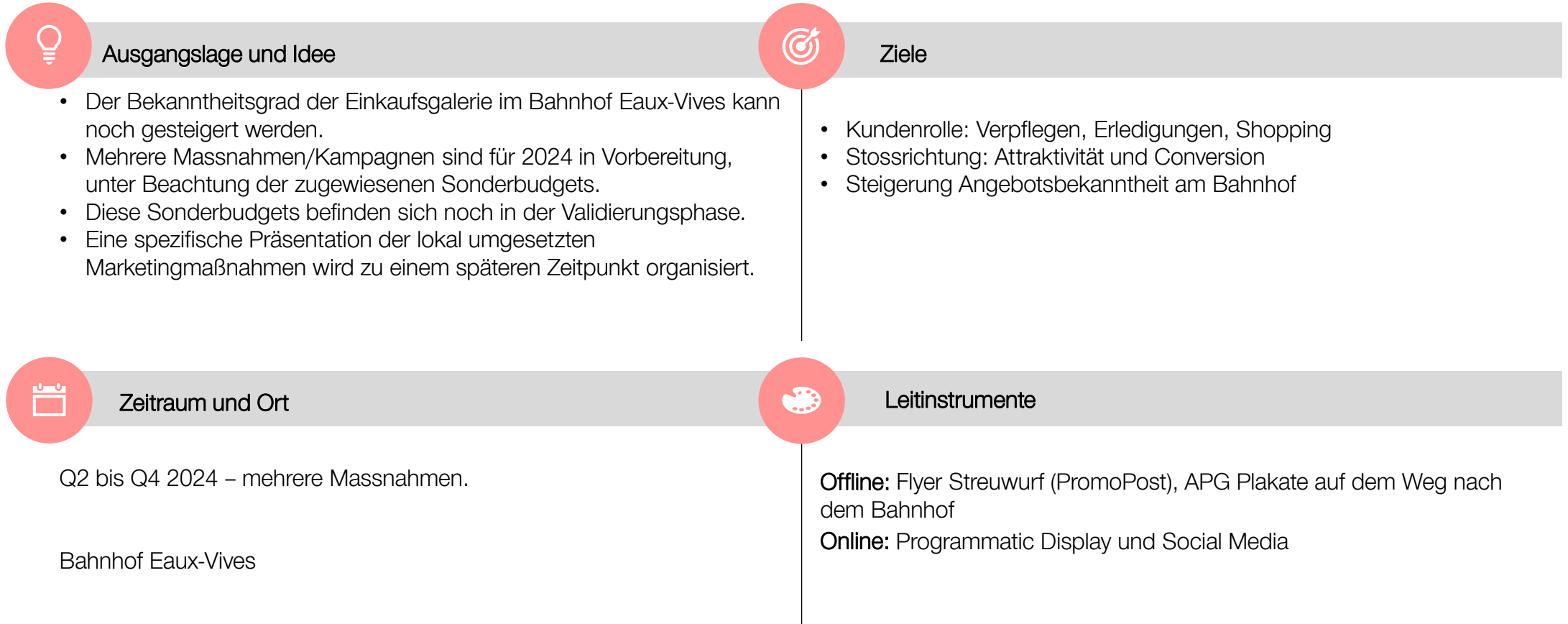
**Offline:** Plakate auf dem Weg nach dem Bahnhof.

**Online:** Programmatic Display und Social Media

# Spezialkampagne Eaux-Vives.

Kampagnen Ausblick 2024.

# Spezialkampagnen Eaux-Vives.





# 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 2024



**marketing.immobilien@sbb.ch**

Für alle Fragen & Anliegen zum Marketing



# Fragen und Austausch.