

# Marketing Roadshow.

SBB Immobilien Marketing Bahnhöfe  
Dezember 2024



# Das Team Marketing Bahnhöfe und Anlageobjekte.



Nicole Tschanz



Men-Duri Guetg



Urban Burch



Katharina Reber



Sunniva Berlinger



Heiko Meyer



Monica Gonzalez



Fabienne Michel



Rahel Jeker



Grégoire Pilly



Matteo Theler



Cristina Mollard

# Agenda.

## 1. Rückblick 2024

- Jahresplanung Kampagnen
- Budget und Reporting
- Kampagnen

## 2. Ausblick 2025

- Mieterzufriedenheitsumfrage
- Jahresplanung Kampagnen
- Budget
- Kampagnen
- Weitere Informationen



# Rückblick 2024.

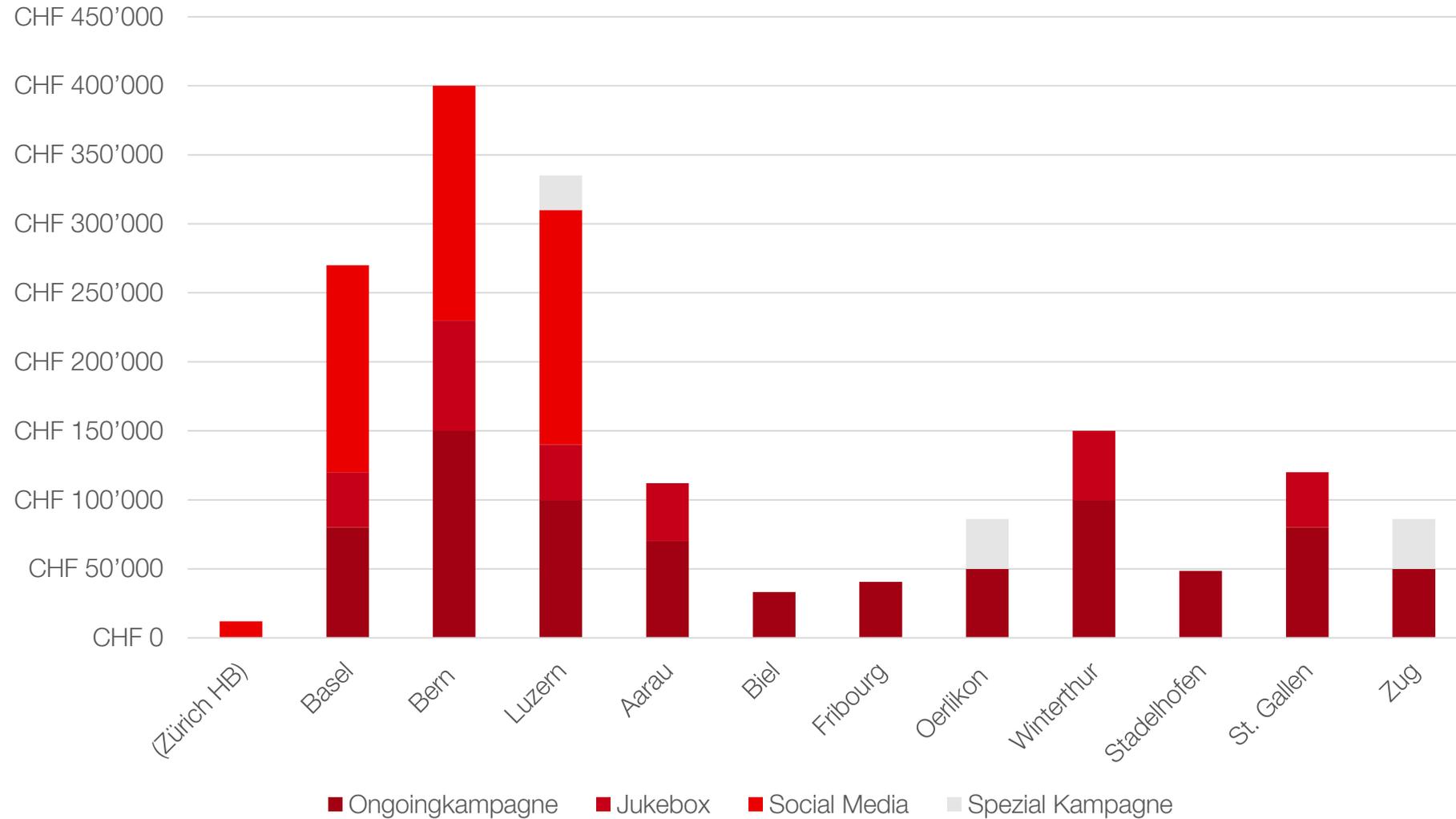


# Jahresplanung im Überblick 2024.

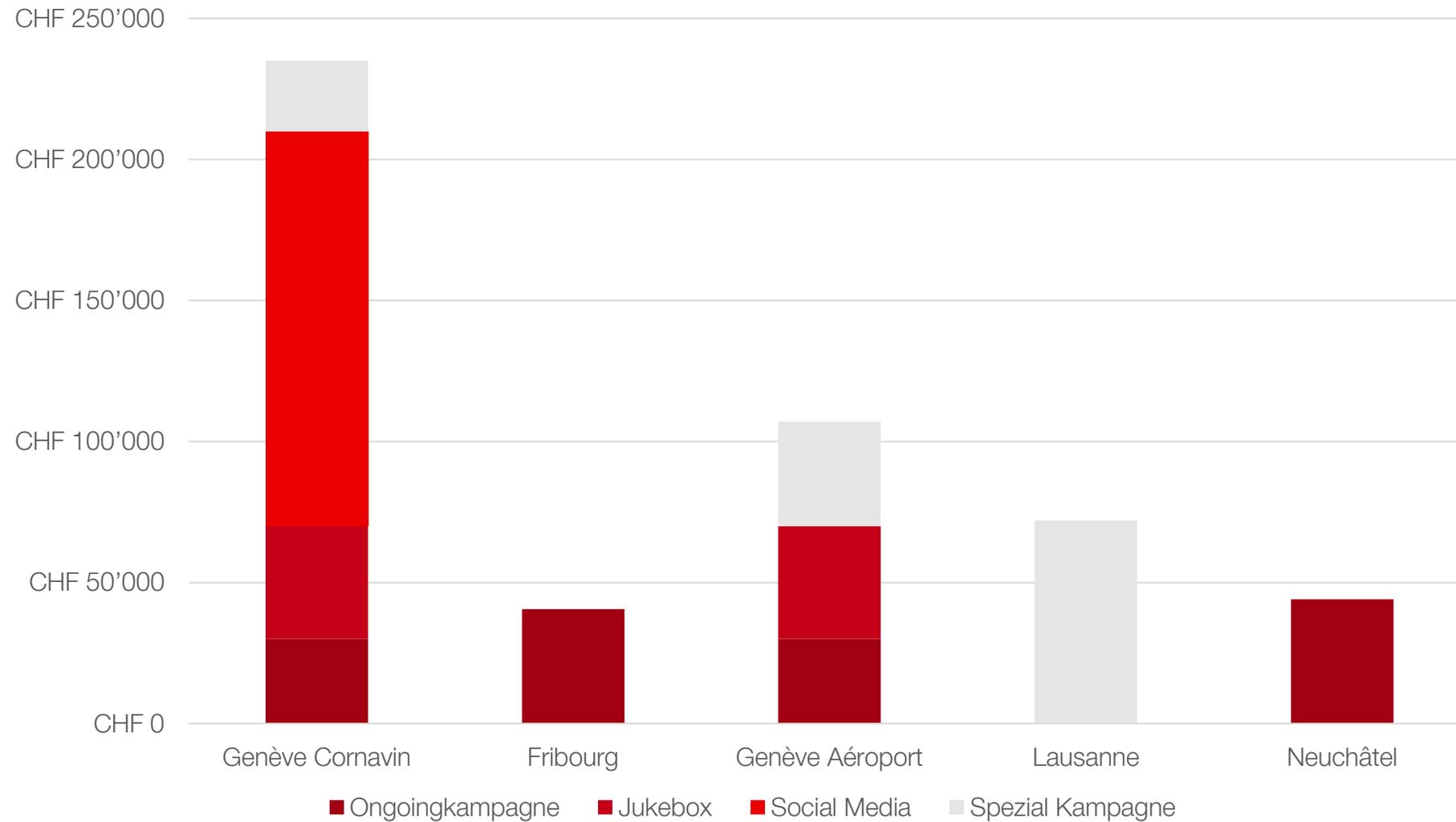
Januar	Februar	März	April	Mai	Juni
	Welle Winter: Ongoing Bekanntheit Angebot / Attraktivität	Welle Winter: Ongoing Bekanntheit Angebot / Attraktivität  Osterkampagne Attraktivität / Conversion	Jukebox Attraktivität / Conversion	Jukebox Attraktivität / Conversion	Welle Sommer: Ongoing Bekanntheit Angebot / Attraktivität
Social Media					

Juli	August	September	Oktober	November	Dezember
Welle Sommer: Ongoing Bekanntheit Angebot / Attraktivität	Jukebox Attraktivität / Conversion	Jukebox Attraktivität / Conversion	Welle Herbst: Ongoing Bekanntheit Angebot / Attraktivität  Piano am Bahnhof Attraktivität / Conversion	Welle Herbst: Ongoing Bekanntheit Angebot / Attraktivität  Piano am Bahnhof Angebot / Attraktivität	Piano am Bahnhof Angebot / Attraktivität  Zusatzkampagne Lausanne
Social Media					

# Budgetübersicht Bahnhöfe 2024.



# Budgetübersicht Bahnhöfe 2024.





# Kampagnen-Report.

## Ongoing Kampagne

	Impressions	Clicks	CTR	CPC	CPM
OMP	86'910'574	45'837	0.05%	CHF 4.42	CHF 2.16
Meta Display	9'653'157	93'992	1.81%	CHF 0.98	CHF 7.71
Meta Story	4'348'938	29'432	0.54%	CHF 2.78	CHF 10.35
PMP	1'880'736	5'072	0.27%	CHF 6.79	CHF 18.32
<b>Total</b>	<b>102'793'405</b>	<b>174'333</b>	<b>0.67%</b>	<b>CHF 3.74</b>	<b>CHF 9.63</b>

## Jukebox Kampagne

	Impressions	Clicks	CTR	CPC	CPM
Meta Display	1'703'381	7'932	0.47%	CHF 2.03	CHF 9.44
Aymo	367'864	12'031	3.27%	CHF 1.35	CHF 44.08
<b>Total</b>	<b>2'071'245</b>	<b>19'963</b>	<b>1.87%</b>	<b>CHF 1.69</b>	<b>CHF 26.76</b>

## Oster Kampagne

	Impressions	Clicks	CTR	CPC	CPM
SBB App	464'223	770	0.17%	CHF 11.90	CHF 19.75
PMP	366'242	820	0.22%	CHF 13.41	CHF 30.03
Meta - Story	588'166	1'377	0.23%	CHF 2.25	CHF 5.27
Meta - Display	1'942'086	3'293	0.17%	CHF 2.26	CHF 3.84
<b>Total</b>	<b>3'360'717</b>	<b>6'260</b>	<b>0.19%</b>	<b>CHF 4.91</b>	<b>CHF 9.14</b>



# Kampagnenrückblick.

# Ongoing- Kampagne. Die Shopping Visuals in ihrer Vielfalt.



## Haltestellen öV.



## öV-Aussenwerbung



## öV-Innenwerbung.



# Ongoing-Kampagne.

Ausgangslage/Idee	Ziel
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Sujets der Dachkampagne wurden zum dritten und letzten Mal eingesetzt.</li> <li>• Über drei Jahre hinweg wurden mit jeweils drei Werbewellen kontinuierlich Impulse gesetzt.</li> </ul>	<p>Die Bahnhöfe als bevorzugte Orte für Verpflegung, Erledigungen und Shopping im Bewusstsein der Kunden zu verankern. Bekanntmachung der täglichen Öffnungszeiten</p>
Zeitraum/ Ort	Leitinstrument
<p>Februar/März Juni/Juli Oktober/November</p>	<p>Offline: Plakate, E-Board und E-Panel, 20Min. Gratiszeitung, Buswerbung aussen/innen Aarau, Basel, Bern, Luzern, St. Gallen</p>
<p>Bahnhöfe: Aarau, Basel SBB, Bern, Biel, Freiburg, Genf Cornavin, Genf Flughafen, Luzern, Neuenburg, St. Gallen, Winterthur, Oerlikon, Stadelhofen, Zug</p>	<p>Online: Social Media, Banner mit Geotargeting</p>

# Jukebox on Tour.

Song wählen,  
abtanzen und  
gewinnen.



SBB CFF FFS



Shopping  
im Bahnhof

# Impressionen aus den Bahnhöfen.



# Jukebox Kampagne.

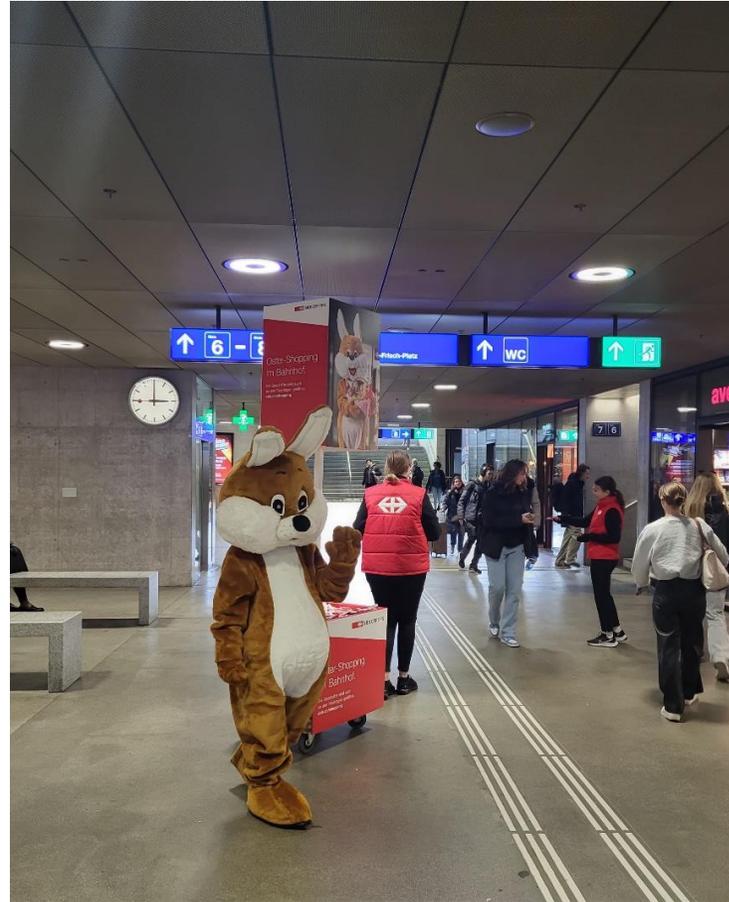
Ausgangslage/Idee	Ziel
<ul style="list-style-type: none"><li>• Die Jukebox ging auch 2024 wieder auf Tour durch die Schweiz. Nach der Tour vom letzten Jahr wurden folgende Anpassungen und Optimierungen vorgenommen:</li><li>• Betreutes Programm jeweils Samstag und Sonntag mit gratis Popcorn, und die Möglichkeit selbst zu tanzen oder seinen Lieblingssong zu hören sowie attraktive Shoppinggutscheine zu gewinnen.</li><li>• Am Samstag sorgten zusätzliche Dance Acts aus verschiedenen Stilrichtungen für gute Stimmung.</li></ul>	Attraktivität Standort: Der Bahnhof soll als attraktiven Ort wahr genommen werden.
Zeitraum/ Ort	Leitinstrument
April bis Oktober	Offline: Eventinstallation Jukebox, E-Boardspots
Bahnhöfe. Aarau, Basel SBB, Bern, Genf Cornavin, Genf Flughafen, Luzern, St. Gallen, Winterthur	Online: Social Media, Mobile/Display Banners mit Geotargeting, SBB Newsletter

# Osterkampagne.



# Impressionen von der Verteilaktion.

Video.



# Oster-Kampagne.

Ausgangslage/Idee	Ziel
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alternativprogramm zur Jukebox, welche in den Bahnhöfen Lausanne, Oerlikon und Zug mangels passender Standorte nicht aufgestellt werden konnte.</li> <li>• Zusätzliche Promotion in Genf Cornavin, Eaux-Vives, Genf Flughafen.</li> <li>• Promotoren in Osterhasenkostümen erweckten Aufsehen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Steigerung des Images und der Kundenzufriedenheit</li> <li>• Überraschung für Gross und Klein</li> <li>• Erhöhung der Bekanntheit der Angebote und der täglichen Öffnungszeiten während den Osterfeiertagen.</li> </ul>
Zeitraum/ Ort	Leitinstrument
<p>Verteilaktion: 27. und 28. März 2024            Online: 25. März bis 1. April 2024 (alle 15 Bahnhöfe)</p>	<p>Offline: Verteilaktion von Schoggi-Ostereili            Verpackung mit Botschaft:            «Oster-Shopping im Bahnhof, die Geschäfte sind auch an den Feiertagen geöffnet».</p>
<p>Bahnhöfe: Genf Cornavin, Genf Flughafen, Genf Eaux-Vives, Lausanne, Oerlikon, Zug</p>	<p>Online: Social Media, Mobile/Display Banners mit Geotargeting, SBB Mobile App, E-Board</p>



# Spezialkampagne Lausanne.

**SBB CFF FFS**

**Présents pour vous, même les jours fériés.**

Les commerces de la gare de Lausanne sont ouverts 7/7, du matin au soir, également durant les travaux.  
Gagnez maintenant 10 × CHF 200.-\*.  
[cff.ch/bonsvoisins](http://cff.ch/bonsvoisins)

**Shopping en gare**

\*10 assortiments de bons d'une valeur de CHF 200.- chacun, pas de versement en espèces. Action valable du 16 décembre 2024 au 5 janvier 2025.

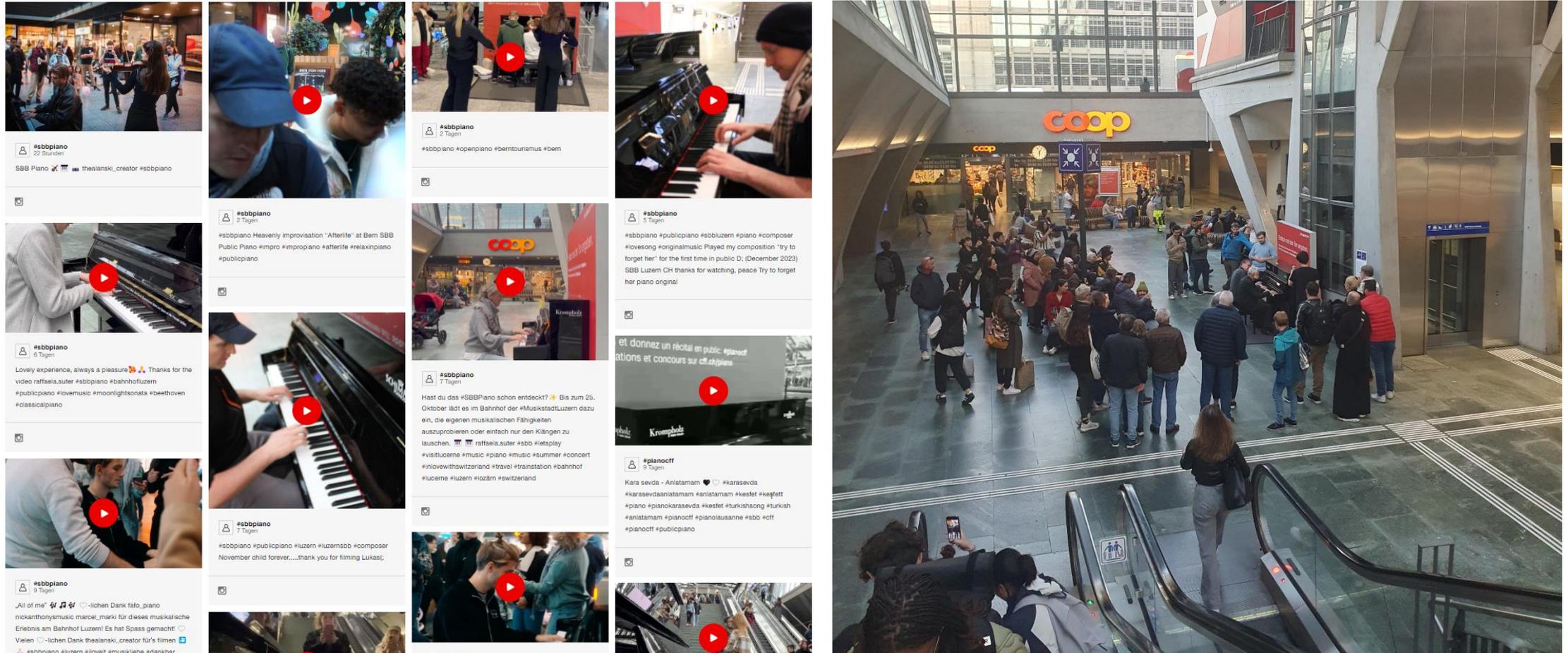
# Spezialkampagne Lausanne.

Ausgangslage/Idee	Ziel
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kampagne rund um den Bahnhof Lausanne, um die Nachbarschaft darüber zu informieren, dass die Geschäfte während der Feiertage und der Bauarbeiten geöffnet bleiben.</li> <li>• Flyer-Versand mit integriertem Wettbewerb.</li> <li>• Abgabe des Talons in den bereitgestellten Urnen in den Geschäften im Bahnhof.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bekanntheit der Öffnungszeiten</li> <li>• Die Kundschaft zum Besuch von Geschäften anregen.</li> <li>• Steigerung des Images und der Kundenzufriedenheit</li> </ul>
Zeitraum/ Ort	Leitinstrument
16. Dezember 2024 bis 5. Januar 2025.	Offline: Streuwurf in der Nachbarschaft, Plakate, E-Board-Spot.
Bahnhof: Lausanne	Online: Social Media mit Geotargeting

# Pianos on Tour - Mitmachen und teilen.

Lassen Sie sich von den spontanen Konzerten in den Bahnhöfen inspirieren. Wir freuen uns, wenn auch Sie vor Ort in die Tasten greifen und ein Video davon mit dem Hashtag #sbbpiano teilen.

Wenn Ihr Social Media Profil öffentlich ist, erscheint Ihr Video hier im Feed.



Auch die Schweizer  
Musikszene hat unsere Pianos  
entdeckt.

# Leadsänger Noah Veraguth von Pegasus nutzte die Gelegenheit im Bahnhof Lausanne.

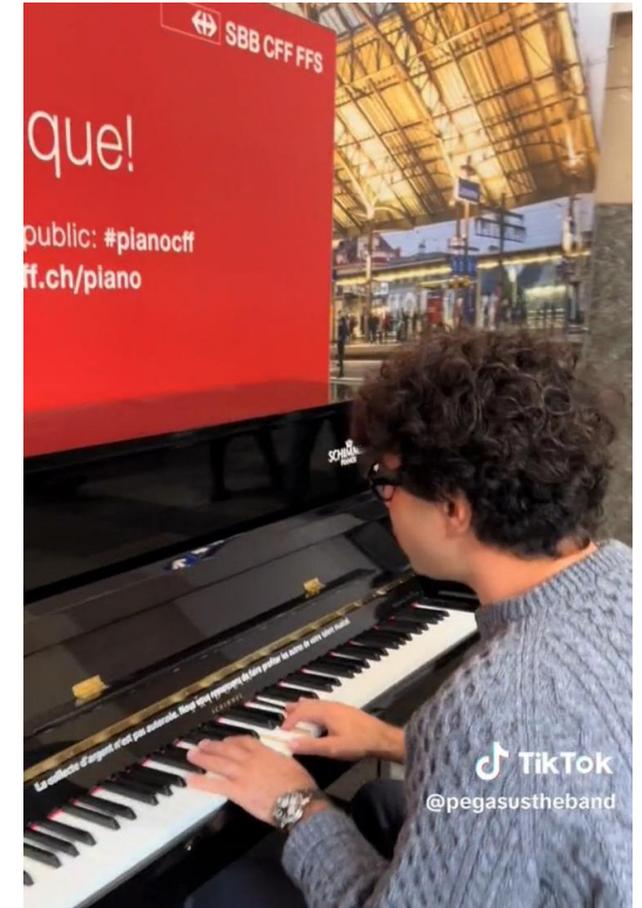
Facebook



Instagram



TikTok



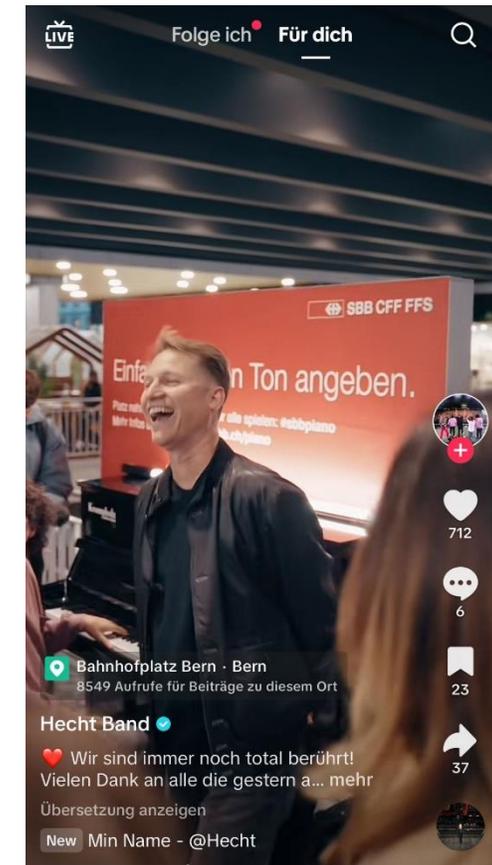
# Frontman Stefan Buck von der Band Hecht performte die neue Single «Min Name» live im Bahnhof Bern.



Instagram



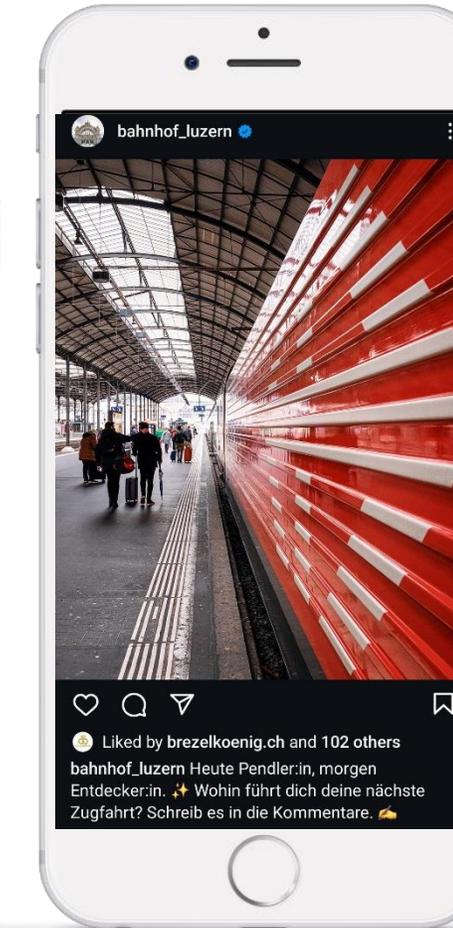
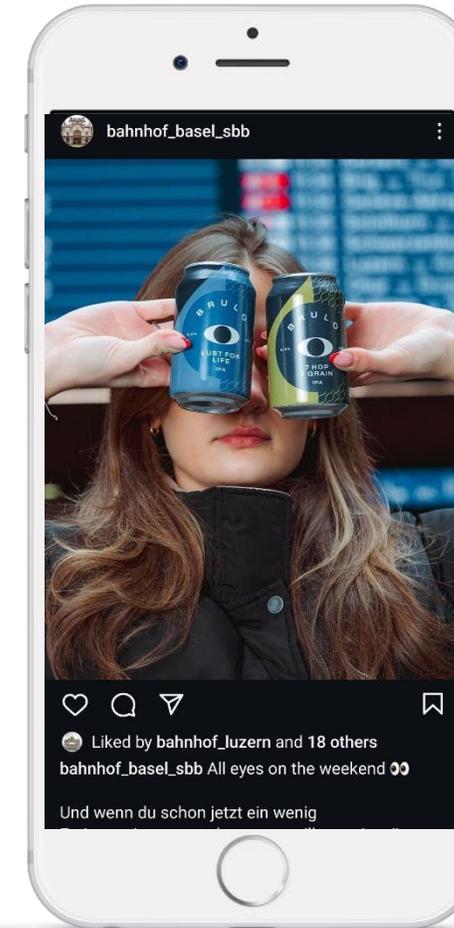
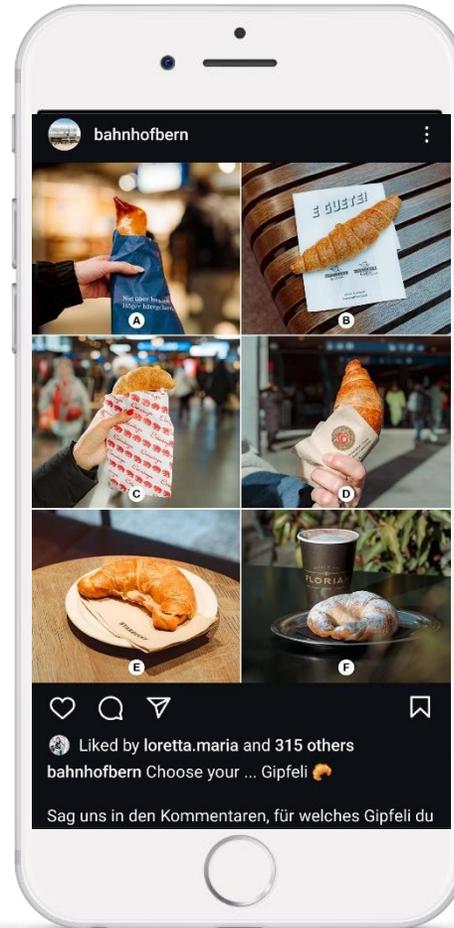
TikTok



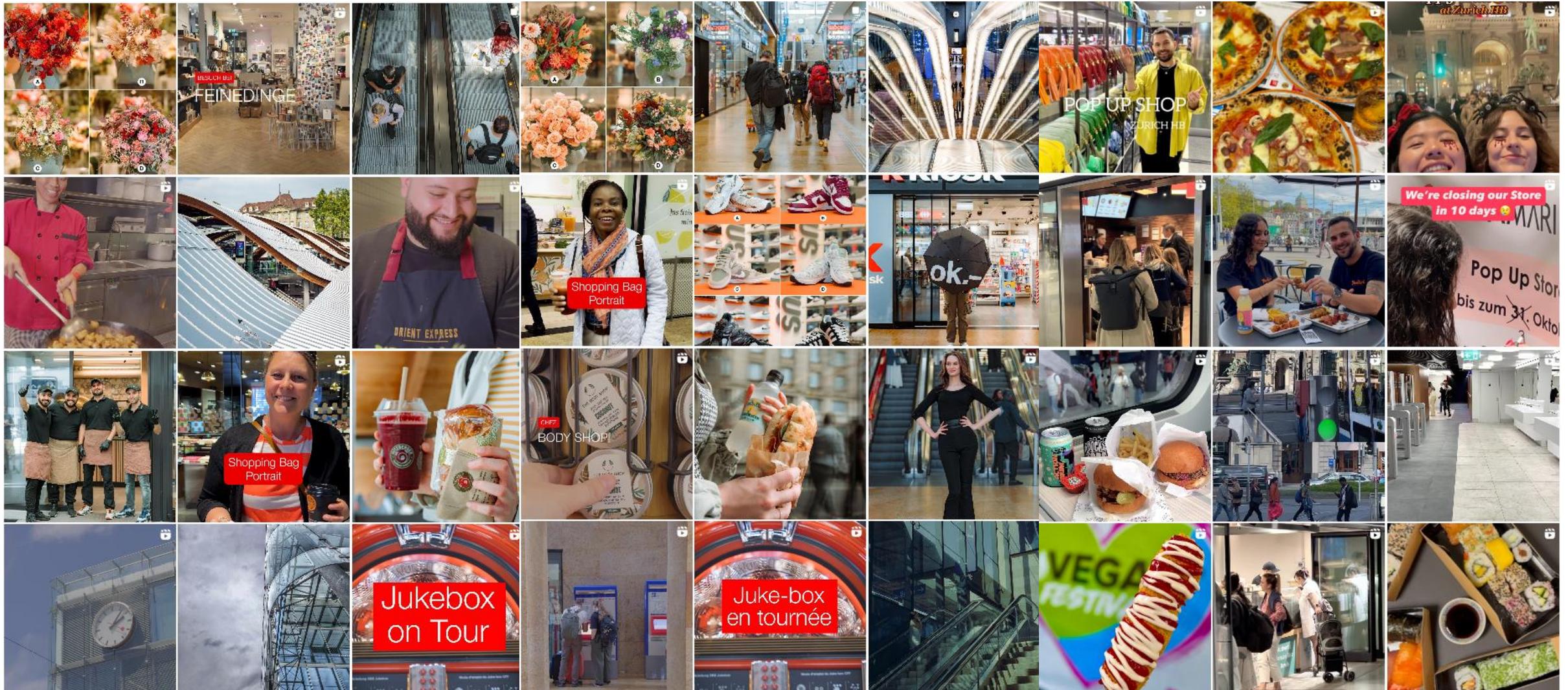
# Pianos on Tour.

Ausgangslage/Idee	Ziel
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aufgrund der Beliebtheit und diversen Nachfragen sind die Pianos auch dieses Jahr in mehreren Bahnhöfen in der Schweiz anzutreffen.</li> <li>• Die Pianos haben einen positiven Effekt auf das Image der Bahnhöfe.</li> <li>• Die Videos der spielenden Passanten verbreiten sich viral in den sozialen Medien.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Steigerung des Images und der Kundenzufriedenheit</li> <li>• Überraschung für Gross und Klein</li> <li>• Erhöhung der Bekanntheit der Angebote und der täglichen Öffnungszeiten während den Osterfeiertagen.</li> </ul>
Zeitraum/ Ort	Leitinstrument
<p>Oktober 2024 bis Januar 2025</p>	<p>Offline: Pianos in den Bahnhöfen</p>
<p>Bahnhöfe: Genf Cornavin, Genf Eaux-Vives, Freiburg, Bern, Neuenburg, Olten, Chiasso, Lugano, Bellinzona</p>	<p>Online: Webseite <a href="http://www.sbb.ch/piano">www.sbb.ch/piano</a> Social Media mit Geotargeting</p>

# Social Media Bahnhöfe.



# Social Media Bahnhöfe.



Instagram Bern

Instagram Genf Cornavin

Instagram Zürich Hauptbahnhof

# Social Media Bahnhöfe.

Ausgangslage/Idee	Ziel
<ul style="list-style-type: none"><li>• Auch im Jahr 2024 wurden die Bahnhofskanäle bespielt.</li><li>• Der Bezug zum Bahnhof als Shopping-Destination wurde mit neuen Inhalten gefördert.</li><li>• Die Mieter:innen wurden wie gewohnt eingebunden. Die Beiträge werden nach Interessen beworben.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Conversion</b> - die Frequenz der Besucher:innen sowie die Aufenthaltsdauer an den Bahnhöfen soll gesteigert werden.</li><li>• <b>Weiterempfehlung</b> – der Bahnhof soll als Verpflegungs- und Shoppingdestination wahrgenommen und weiterempfohlen werden.</li><li>• <b>Bekanntheit</b> – das Angebot an den Bahnhöfen soll konstant kommuniziert und dadurch bekannter gemacht werden.</li></ul>
Zeitraum/ Ort	Leitinstrument
<p>1. Januar – 31. Dezember 2024</p> <p>Bahnhöfe: Basel SBB, Bern, Genf Cornavin, Luzern, Zürich HB</p>	<p>Online: Facebook und Instagram Profile Push des organischen Contents</p>

# Social Media Kanäle Bahnhöfe.

	Basel SBB	Bern	Luzern	Genf Cornavin	Zürich HB
<b>Post</b>					
Facebook	92	107	94	87	47
Instagram	108	131	113	100	469 (66 ohne Story)
<b>Reichweite</b>					
Facebook	3 418 109	5 849 052	3 865 435	3 321 597	4 548 531
Instagram	4 320 196	5 857 863	4 680 807	4 106 113	3 933 884
<b>Follower</b>					
Facebook	10 838	11 026	6 266	9 344	22 400
Instagram	3 330	4 229	3 508	3 924	13 915

Januar – Oktober 2024

# Ausblick 2025.

# So sind wir vorgegangen.

- Fortführung der Stossrichtungen auch im Jahr 2025
  - Die Bahnhöfe als bevorzugte Orte für Verpflegung, Besorgungen und Shopping im Bewusstsein der Kunden verankern
  - Erhöhung der Bekanntheit der Angebote und der täglichen Öffnungszeiten
  - die Frequenz der Besucher:innen sowie die Aufenthaltsdauer an den Bahnhöfen soll gesteigert werden
- Erkenntnisse Kampagnen 2024
- Kundenwissen / Kundenumfragen
- Trends wie z.B. GDI-Studie «Ausgebummelt»



# Mieterzufriedenheitsumfrage Marketing – Vielen Dank.

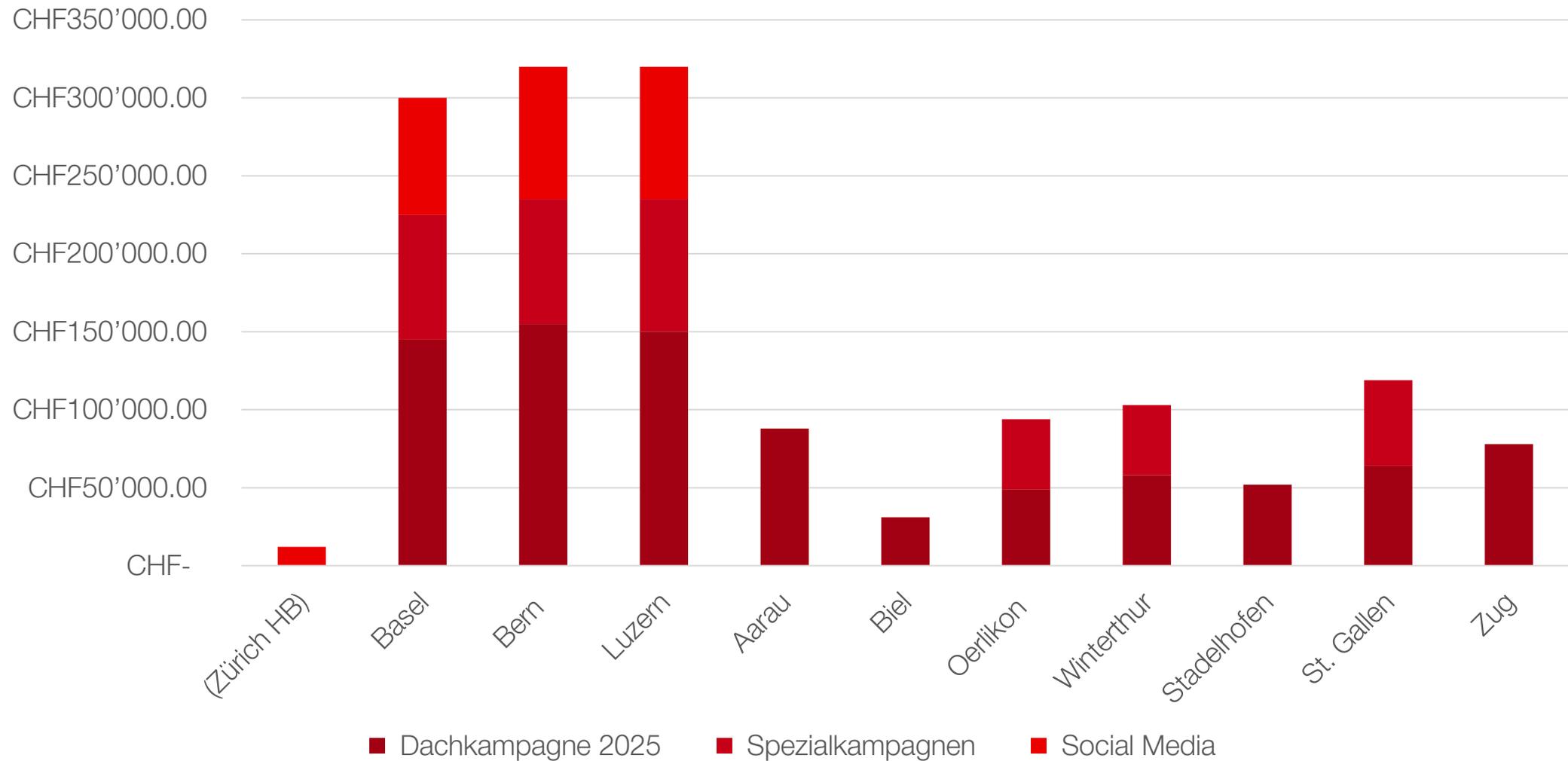
## Wichtigsten Erkenntnisse in Kürze:

- Versand an 517 Marketingkontakte aus 16 Bahnhöfen. Teilnahme 69 Personen / Rücklaufquote 13%
- Hohe Bekanntheit und Zufriedenheit mit Betreuung:
  - 93% kennen das Marketing Bahnhof.
  - Über zwei Drittel zufrieden mit Betreuung und Informationshäufigkeit.
- Bekanntheit und Interesse an Kommunikationskanälen:
  - Bekannteste Kanäle: Mieter-Newsletter, Promo & Events, Mobile App.
  - Unbekannteste Kanäle: SBB Benefit, SBB WiFi, den NL für Endkunden und Facebook.
  - Grösstes Interesse: SBB Mobile App, Promo & Events, sbb.ch, SBB Benefit.
- Die Feedbacks sind sehr divers ausgefallen.
- Optimierung der Mieterkommunikation - Durchführung der Roadshow online statt physisch
- Rückmeldungen aus der Umfrage bei der Kampagnenplanung 2025 eingeflossen.

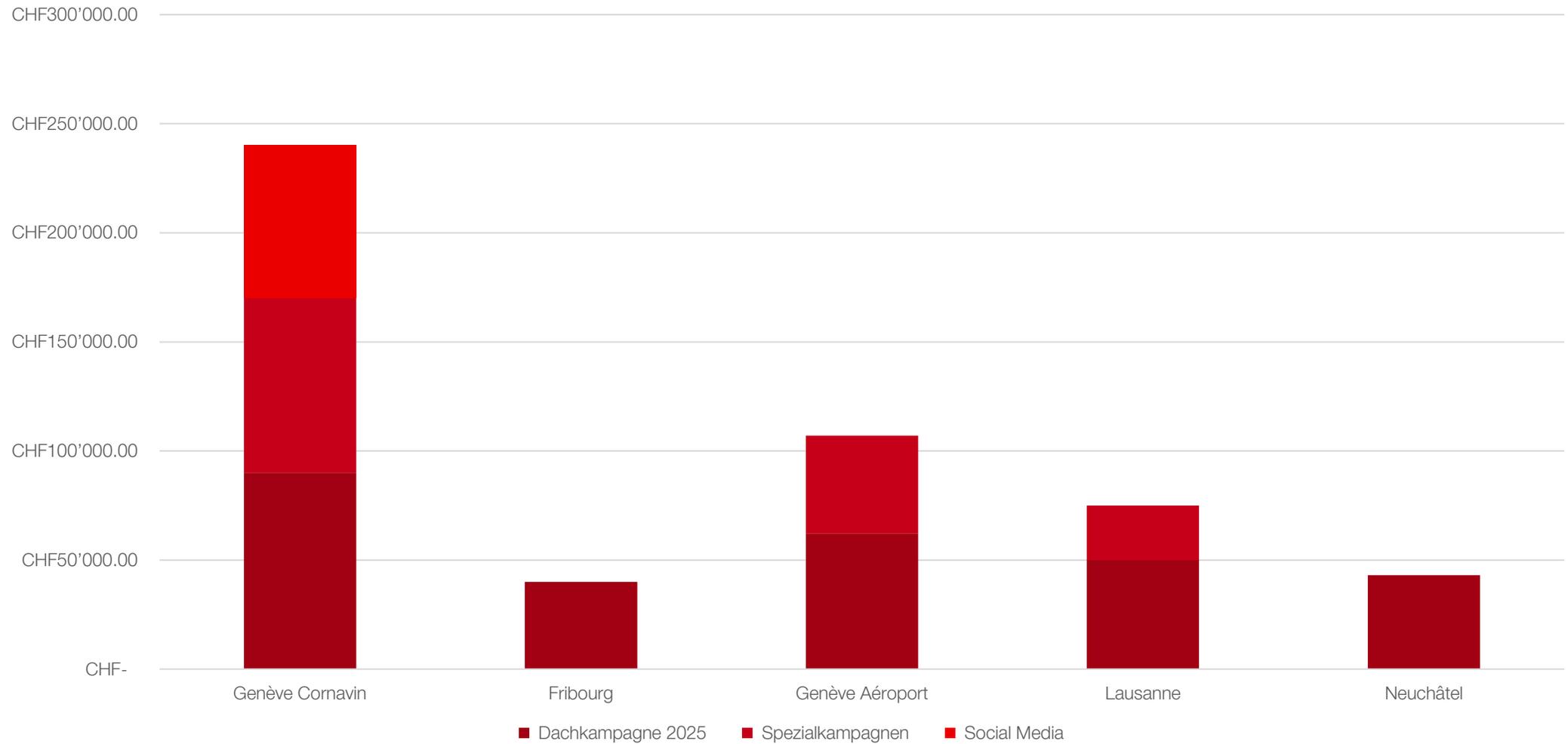


# Kampagnenplanung 2025.

# Budgetübersicht Bahnhöfe 2025.



# Budgetübersicht Bahnhöfe 2025.



# Provisorische Kampagnenplanung 2025.

Januar	Februar	März	April	Mai	Juni
			Welle Frühling Dachkampagne Bekanntheit Angebot / Attraktivität	Zusatzmodule Attraktivität/ Conversion	Welle Sommer Dachkampagne Bekanntheit Angebot / Attraktivität
Social Media: Attraktivität / Conversion					

Juli	August	September	Oktober	November	Dezember
Welle Sommer Dachkampagne Bekanntheit Angebot / Attraktivität	Zusatzmodule Attraktivität / Conversion	Zusatzmodule Attraktivität / Conversion	Welle Herbst Dachkampagne Bekanntheit Angebot / Attraktivität  Piano on Tour	Welle Herbst Dachkampagne Bekanntheit Angebot / Attraktivität  Piano on Tour	Piano on Tour
Social Media: Attraktivität / Conversion					

Grossanlässe: Eurovision Song Contest Basel / Women's EURO 2025 / ESAF Glarnerland

# Neue Dachkampagne 2025.

Niemand wünscht sich mehr Zeit zum Einkaufen und Bummeln, aber fast alle wünschen sich mehr Zeit für sich selbst, Familie und Freunde.

*Auszug aus der GDI-Studie «Ausgebummelt».*

Diese Aussage hat uns verdeutlicht, dass wir in den Bahnhöfen ein ideales Einkaufsangebot haben: schnell und bequem alles erledigen und dadurch kostbare Zeit sparen. Zeit, die man mit Freunden, Familie oder sich selbst verbringen kann.

Gemeinsam mit unserer Agentur haben wir Sujets und Botschaften für die neue Dachkampagne entworfen. Unser Fokus lag dabei auf der Kundenzentrierung.

Mittels eines Pretests testeten wir die Botschaften und Sujets auf ihre Wirksamkeit. Dabei untersuchen wir die Aspekte wie Attraktivität, Originalität und Verständlichkeit.

Die Botschaft untermalen wir mit emotionalen Szenen aus dem Alltag unserer vielfältigen Zielgruppe.

# Die Botschaft «Das ist Shopping im Bahnhof» hat im Pretest überzeugt.



Die aktuellen Bilder sind mithilfe von KI generierte Entwürfe. Die finalen Bilder werden später mit echten Menschen in realen Umgebungen fotografiert, unter Berücksichtigung der Ergebnisse des Pretests.

# Dachkampagne 2025.

Ausgangslage/Idee	Ziel
<ul style="list-style-type: none"> <li>Um das attraktive Einkaufsangebot in den Bahnhöfen einer breiten Zielgruppe bekannt zu machen, planen wird wiederum eine neue übergreifende Werbekampagne.</li> <li>Im Mittelpunkt steht dabei die Kundenzentrierung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Positionierung der Bahnhöfe als attraktive, schnelle und bequeme Einkaufsdestination.</li> </ul>
Zeitraum/ Ort	Leitinstrument (Mediaplan in Erarbeitung)
<p>April Juni - Juli Oktober - November</p>	<p>Offline: Plakate an Tram-/Bushaltestellen, 20Min. Gratiszeitung, Passenger TV, Hängekarton Innen- und Aussenwerbung bei Tram und Bus</p>
<p>Bahnhöfe: Aarau, Basel SBB, Bern, Biel, Freiburg, Genf Cornavin, Genf Eaux-Vivies, Genf Flughafen, Lausanne, Luzern, Neuenburg, St. Gallen, Winterthur, Oerlikon, Stadelhofen, Zug</p>	<p>Online: Social Media, Mobile Displaybanner mit Geotargeting</p>

## Zusatzmodule zur Dachkampagne.

- Von der Dachkampagne abgeleitete Ideen, die als Module genutzt und in folgenden Bahnhöfen eingesetzt werden sind in Entwicklung und werden in folgenden Bahnhöfen umgesetzt:  
Basel SBB, Bern, Luzern, Genf Cornavin, Genf Flughafen, Winterthur, St. Gallen, Oerlikon
- Mögliche Ideen (Standort und Budget abhängig):
  - Promotion im Bahnhof mit Glücksrad
  - Streuwurf mit Wettbewerbsfrage/Urne in den Geschäften
  - Produktion einer hochwertigen Bahnhof Shopping-Tasche (Abgabe bei Promotion)

# Ausblick Social Media Bahnhöfe (SoMe).

Ausgangslage/Idee	Ziel
<ul style="list-style-type: none"><li>• Studien* zeigen rückläufige Nutzung von Social Media, eigene Daten bestätigen den Trend.</li><li>• Budget für Social Media Kanäle wird im Jahr 2025 reduziert.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Stossrichtung: Conversion, Weiterempfehlung und Bekanntheit</li><li>• Fokus auf unsere Mieter:innen, Neueröffnungen und Events</li></ul>
Zeitraum/ Ort	Leitinstrument
1. Januar – 31. Dezember 2025  Bahnhöfe: Basel SBB, Bern, Genf Cornavin, Luzern, Zürich HB	Online: Facebook und Instagram Profile Push des organischen Contents

\*Digital News Report 2023 vom Reuters Institute und dem Harvard Business Review

Nutzt den Bahnhofskanal als Collab-Partner in euren Beiträgen oder markiert uns (z.B @bahnhofbern). Wir teilen Ihre Beiträge gerne, um gemeinsam eine grössere Reichweite zu erzielen – eine Win-Win Situation.

# Pianos on Tours.

Eine Weiterführung der Pianos für 2025 wird geprüft.





# Weitere Informationen.

## Neue Agenturen ab Mitte 2025.

- Die Verträge im Bereich Agenturen/Kreativdienstleistungen laufen 2025 bei der SBB aus. Dies wurde zum Anlass genommen, die Beschaffung von Agentur- und Kreativdienstleistungen strategisch zu beleuchten und eine divisionsübergreifende Beschaffung aufzugleisen.
- Die SBB unterliegt dem Bundesgesetz über das öffentliche Beschaffungswesen. Aktuell läuft die öffentliche Ausschreibung im selektiven Verfahren für Agentur- und Kreativdienstleistungen.
- Für SBB Immobilien Marketing betrifft es die Content Marketing und die Kreativ- Agenturen für die Bahnhöfe.
- Voraussichtlich ab Mitte 2025 wird die SBB mit den neuen Agenturen zusammenarbeiten.

# Bahnhofwebseite: Optimieren Sie Ihren Shop-Auftritt.

Beispiel.

Caffè Spettacolo.



Öffnungszeiten.

Normale Öffnungszeiten.

Mo.–Mi. 5.00–21.00 h

Do.–So. 5.30–21.00 h

Alle Angaben ohne Gewähr.

Bereits seit 1999 setzen wir uns täglich dafür ein, unseren Gästen einen einzigartigen Caffè zu servieren. Dafür kombinieren wir sorgfältig ausgewählte, eigene Röstungen mit wahren Barista-Handwerk und der berühmten italienischen Lebensfreude. Besuche uns und lass dir deinen Lieblingscaffè zubereiten! Neben unseren hochwertigen Kaffeespezialitäten ist auch für den kleineren oder grösseren Hunger und Gluscht gesorgt: Wähle aus verschiedenen herzhaften Focaccie, Cornetti und diversen Dolci dein passendes Gebäck zum Caffè.

Kontakt.



Caffè Spettacolo  
Tel.: +41 91 318 11 50  
E-Mail: [spettacolo.ch](mailto:spettacolo.ch)

Ähnliches entdecken.

Restaurants / Take-Away **19**

Nutzen Sie die Gelegenheit, Ihre Shops in den Bahnhöfen noch attraktiver und einheitlicher zu gestalten.

Erstellen Sie einen ansprechenden Angebotsbeschreibung, den wir automatisch in all Ihren Shops in den Bahnhöfen einfügen. Senden Sie uns ein Standardbild, welches wir als Backup-Bild bei Ihren Geschäften hinterlegen. Bis ein aktuelles Shopfront-Bild hinterlegt ist, wird das Backup-Bild angezeigt. So präsentieren Sie Ihre Angebote jederzeit professionell und ziehen mehr Kunden an!

Kontakt: [marketing.immobilien@sbb.ch](mailto:marketing.immobilien@sbb.ch)

# Wo finde ich die Informationen und Kontakte.



## Marketing-Plattform

sbb.ch/mieter

Benutzer: Mieter

Passwort: Passwort: qe-wNB\*?



## Roadshow, 1x / Jahr

Nächster Termin: Q4 2025



[marketing.immobilier@sbb.ch](mailto:marketing.immobilier@sbb.ch)

Für alle Fragen & Anliegen zum Marketing

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

Für Ideen und Themeninputs zu Social Media

A group of people are sitting on a light-colored floor, looking at a smartphone held by one of them. The scene is captured from a high angle, focusing on their hands and the phone. The background is slightly blurred, showing the legs and arms of several individuals.

Danke, merci  
& grazie.