

Marketing Roadshow.

SBB Immobilien Marketing Bahnhöfe
November 2025.



Das Team Marketing Bahnhöfe und Anlageobjekte.



Nicole Tschanz



Men-Duri Guetg



Urban Burch



Katharina Reber



Heiko Meyer



Monica Gonzalez



Menja Streit



Grégoire Pilly



Matteo Theler



Cristina Mollard



Agenda.

1. Rückblick 2025

- Jahresplanung Kampagnen
- Budget
- Kampagnen

2. Ausblick 2026

- Auflösung Marketingfonds
- Jahresplanung Kampagnen
- Weitere Informationen



Rückblick 2025.

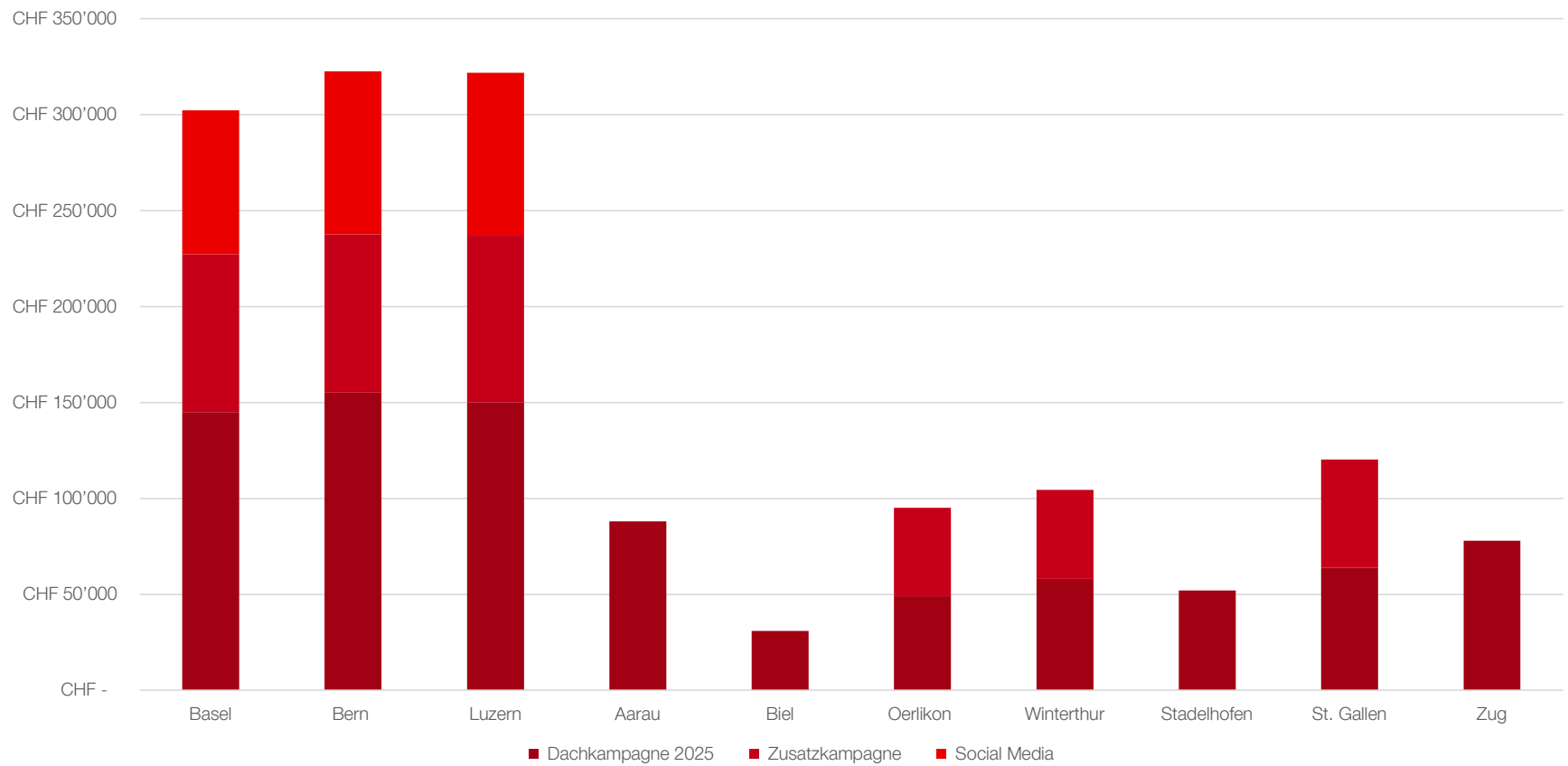


Jahresplanung im Überblick 2025.

Januar	Februar	März	April	Mai	Juni
			Dachkampagne 1. Welle Bekanntheit Angebot / Attraktivität	Dachkampagne 1. Welle Bekanntheit Angebot / Attraktivität	Dachkampagne 2. Welle Bekanntheit Angebot / Attraktivität
Social Media					
Juli	August	September	Oktober	November	Dezember
Dachkampagne 2. Welle Bekanntheit Angebot / Attraktivität		Zusatzkampagne. Bekanntheit Angebot / Attraktivität Piano am Bahnhof Attraktivität / Conversion	Dachkampagne 3. Welle Bekanntheit Angebot / Attraktivität Zusatzkampagne. Bekanntheit Angebot / Attraktivität Piano am Bahnhof Attraktivität / Conversion	Dachkampagne 3. Welle Bekanntheit Angebot / Attraktivität Zusatzkampagne. Bekanntheit Angebot / Attraktivität Piano am Bahnhof Angebot / Attraktivität	Zusatzkampagne. Bekanntheit Angebot / Attraktivität Piano am Bahnhof Angebot / Attraktivität
Social Media					

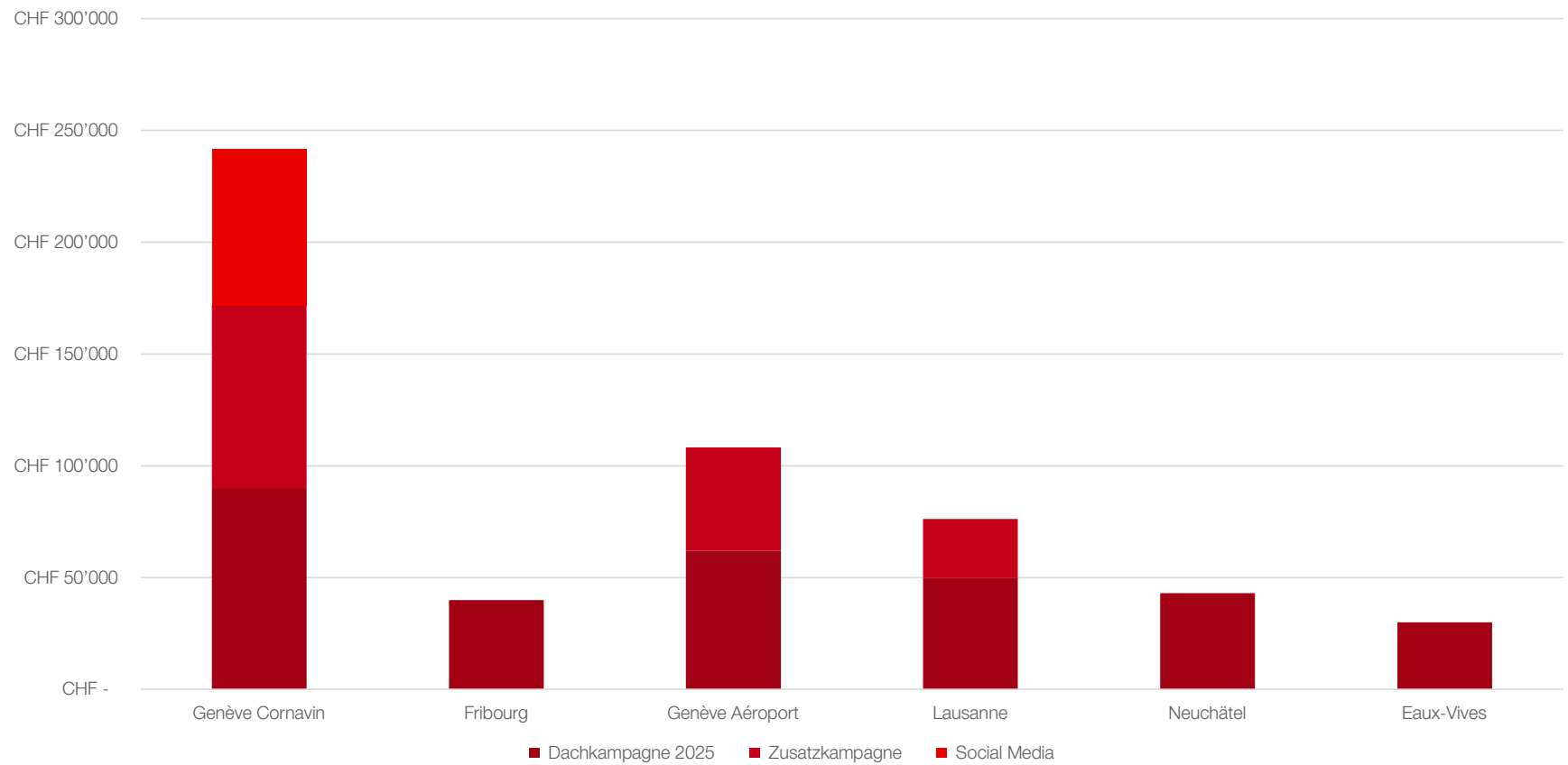


Budgetübersicht Bahnhöfe 2025.





Budgetübersicht Bahnhöfe 2025.





Kampagnenrückblick.

Dachkampagne.

Ausgangslage/Idee	Ziel
- Nach dem Erfolg der Bahnhofskampagne «Mein Bahnhof hats.» in den Jahren 2022 bis 2024 realisierten wir eine neue attraktive Dachkampagne, welche zum Einkaufen in den Bahnhöfen animiert. - Im Fokus steht die Kundenzentrierung	Positionierung der Bahnhöfe als attraktive, schnelle und bequeme Einkaufsdestination. Täglich offen, alles an einem Ort.
Zeitraum/ Ort	Leitinstrument
April/Mai Juni/Juli Oktober/November	Offline: Plakate, E-Board und E-Panel, Inserat 20Min. Gratiszeitung, Buswerbung aussen/innen
Bahnhöfe: Aarau, Basel SBB, Bern, Biel, Freiburg, Genf Cornavin, Genf Eaux-Vives, Genf Flughafen, Lausanne, Luzern, Neuenburg, St. Gallen, Winterthur, Oerlikon, Stadelhofen, Zug	Online: Social Media, Banner mit Geotargeting



Fotoshooting für die neue Dachkampagne 2025 Bahnhöfe.



Dachkampagne 2025.



SBB CFF FFS

Das ist Shopping im Bahnhof.

Alles bequem auf dem Weg erledigen und mehr Zeit für die wichtigen Dinge haben.
sbb.ch/shopping

Shopping im Bahnhof



SBB CFF FFS

Das ist Shopping im Bahnhof.

Alles bequem auf dem Weg erledigen und mehr Zeit für die wichtigen Dinge haben.
sbb.ch/shopping

Shopping im Bahnhof



SBB CFF FFS

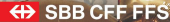
Das ist Shopping im Bahnhof.

Alles bequem auf dem Weg erledigen und mehr Zeit für die wichtigen Dinge haben.
sbb.ch/shopping

Shopping im Bahnhof

Dachkampagne 2025.



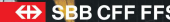
 SBB CFF FFS

Das ist Shopping
im Bahnhof.

Alles bequem auf dem Weg erledigen und
mehr Zeit für die wichtigen Dinge haben.
sbb.ch/shopping

 Shopping
im Bahnhof



 SBB CFF FFS

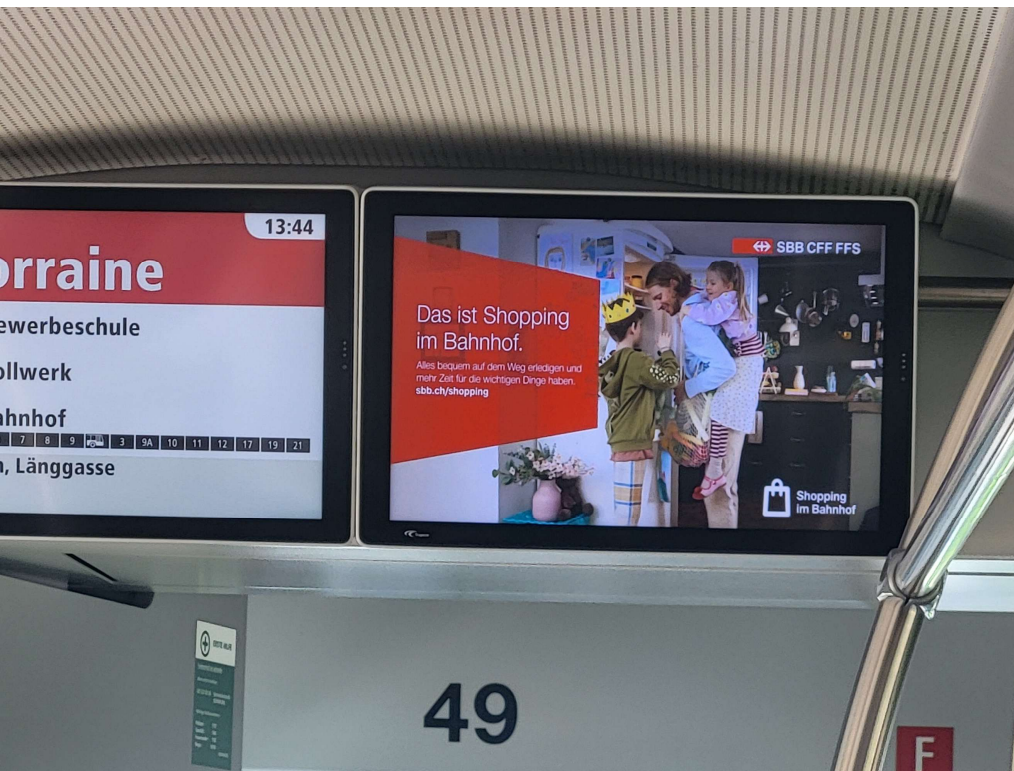
Das ist Shopping
im Bahnhof.

Alles von Alltagsprodukten bis Zahnarzt
auf dem Weg erledigen und mehr Zeit
für die wichtigen Dinge haben.
sbb.ch/shopping

 Shopping
im Bahnhof



ÖV Innen- und Aussenwerbung.



Plakataushang an Tram- und Bushaltestellen.



Zusatzkampagne – Stofftaschen Promotionen.

Ausgangslage/Idee	Ziel
• Produktion einer hochwertigen Stofftasche als langlebiges, nachhaltiges Werbemittel. • Verteilung der Taschen via Event-Sampling an allen Standorten, ergänzt durch ein Plinko-Spiel für mehr Interaktion. • Ziel: Sichtbarkeit und Präsenz der neuen Tasche anstelle der noch häufig genutzten alten SBB Shoppingtaschen erhöhen. • Hebung der Markenwahrnehmung durch qualitativ gestaltetes Produkt, das Nutzerinnen und Nutzer langfristig behalten.	• Sichtbarkeit und Präsenz der neuen «Shopping am Bahnhof» Taschen anstelle der noch häufig genutzten alten SBB-Shoppingtaschen erhöhen. • Nutzung von Kundinnen und Kunden als glaubwürdige Werbeträger durch Alltagsnutzung und Weiterempfehlung.
Zeitraum/ Ort	Leitinstrument
September bis Dezember 2025	Offline: Samplings inkl. Promostand (Basel SBB, Bern, Genf Cornavin und Luzern)
Bahnhöfe: Basel SBB, Bern, Genf Cornavin, Genf Eaux-Vives, Genf Flughafen, Lausanne, Luzern, St. Gallen, Zürich-Oerlikon, Winterthur	

Zusatzkampagne – Stofftaschen Promotionen.

Tourplanung:

Flughafen Genf (Sa, 20.09.25; Do, 13.11.25; Mi, 10.12.25)
Bahnhof Oerlikon (Do, 25.09.25; Sa, 25.10.25; Di, 25.11.25)
Bahnhof St. Gallen (Mi, 22.10.25; Di, 18.11.25; Sa, 20.12.25)
Bahnhof Winterthur (Do, 23.10.25; Sa, 08.11.25; Di, 16.12.25)
Bahnhof Genf Eaux-Vives (Di, 28.10.25; Sa, 15.11.25; Mi, 03.12.25)
Bahnhof Bern (Do, 30.10.25; Fr, 31.10.25; Sa, 01.11.25)
Lausanne Metro 2 Flon (Di, 04.11.25; Sa, 06.12.25; Do, 18.12.25)
Bahnhof Genf Cornavin (Do, 27.11.25; Fr, 28.11.25; Sa, 29.11.25)
Bahnhof Luzern (Do, 20.11.25; Fr, 21.11.25; Sa, 22.11.25)
Bahnhof Basel (Do, 11.12.25; Fr, 12.12.25; Sa, 13.12.25)





Impressionen aus den Bahnhöfen.



Pianos on Tour.

Ausgangslage/Idee	Ziel
• Aufgrund der Beliebtheit und diversen Nachfragen sind die Pianos auch dieses Jahr in mehreren Bahnhöfen in der Schweiz anzutreffen. • Die Pianos haben einen positiven Effekt auf das Image der Bahnhöfe. • Einzelne Videos der spielenden Passanten verbreiten sich viral in den sozialen Medien.	• Steigerung des Images und der Kundenzufriedenheit Bahnhöfe • Überraschung für Gross und Klein
Zeitraum/ Ort	Leitinstrument
September 2025 bis Januar 2026	Offline: Pianos in den Bahnhöfen
Bahnhöfe: Aarau, Arth-Goldau, Bern, Biel, Chiasso, Delémont, Freiburg, Genf Eaux-Vives, Genf-Flughafen, Luzern, Montreux, Olten, Solothurn, St. Gallen und Winterthur	Online: Webseite www.sbb.ch/piano Social Media mit Geotargeting



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



Social Media Bahnhöfe.

Ausgangslage/Idee	Ziel
• Auch im Jahr 2025 wurden die Bahnhofskanäle bespielt. • Der Bezug zum Bahnhof als Shopping-Destination wurde mit neuen Inhalten gefördert. • Die Mieter:innen wurden wie gewohnt eingebunden. Die Beiträge werden nach Interessen beworben.	• Conversion - die Frequenz der Besucher:innen sowie die Aufenthaltsdauer an den Bahnhöfen soll gesteigert werden. • Weiterempfehlung – der Bahnhof soll als Verpflegungs- und Shoppingdestination wahrgenommen und weiterempfohlen werden. • Bekanntheit – das Angebot an den Bahnhöfen soll konstant kommuniziert und dadurch bekannter gemacht werden.
Zeitraum/ Ort	Leitinstrument
Januar – 31. Dezember 2025 Bahnhöfe: Basel SBB, Bern, Genf Cornavin und Luzern	Online: Facebook und Instagram Profile Push des organischen Contents

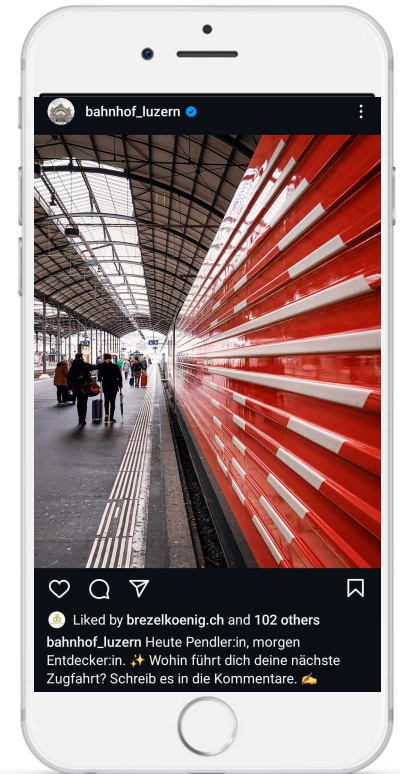
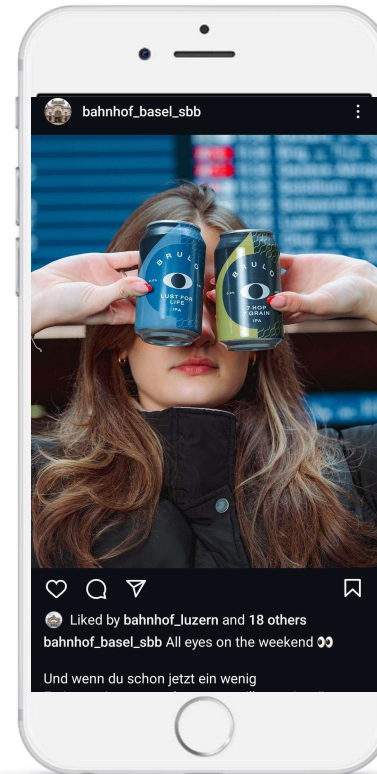
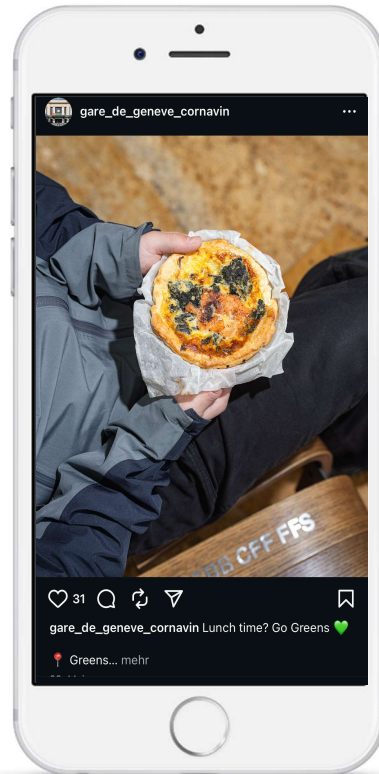
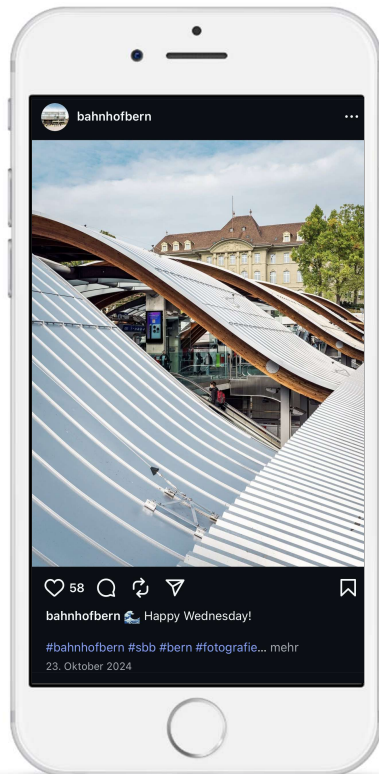


Social Media Kanäle Bahnhöfe.

	Basel SBB	Bern	Luzern	Genf Cornavin
Post				
Facebook	31	33	31	24
Instagram	42	51	48	39
Impressionen				
Facebook	3 463 856	6 127 968	4 132 261	3 390 542
Instagram	1 028 635	1 524 588	1 244 395	916 694
Reichweite				
Facebook	702 534	660 936	292 804	568 306
Instagram	452 876	890 511	515 979	382 658
Follower				
Facebook	10 838	11 026	6 266	9 344
Instagram	3 330	4 229	3 508	3 924

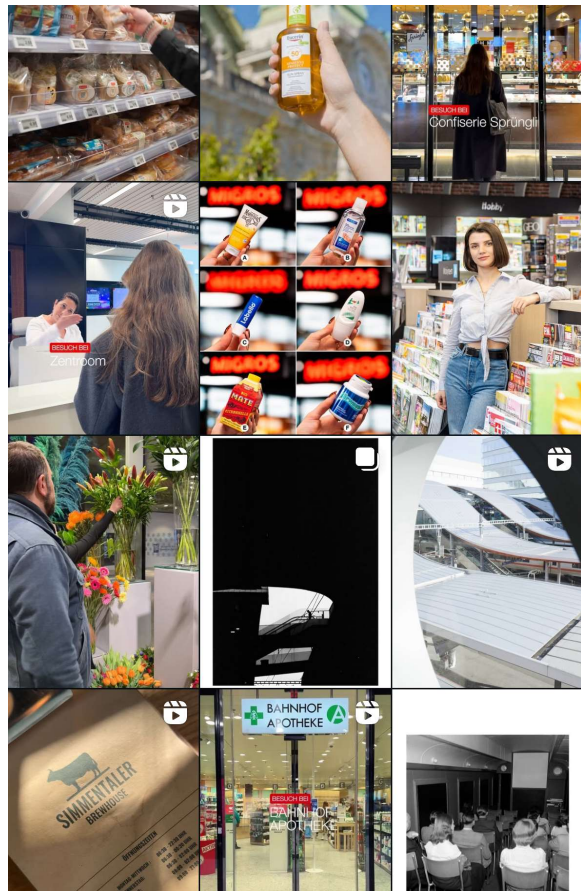
Januar – Oktober 2025

Social Media Bahnhöfe.

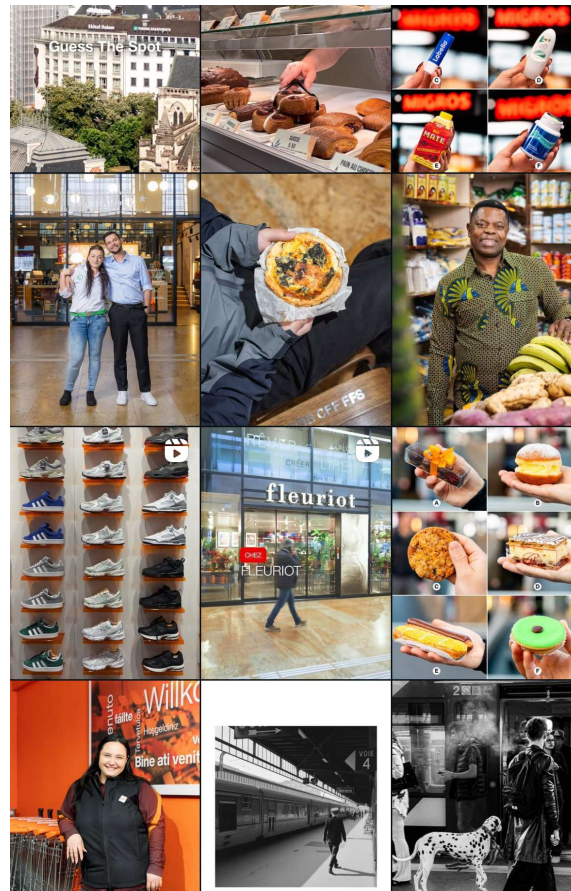




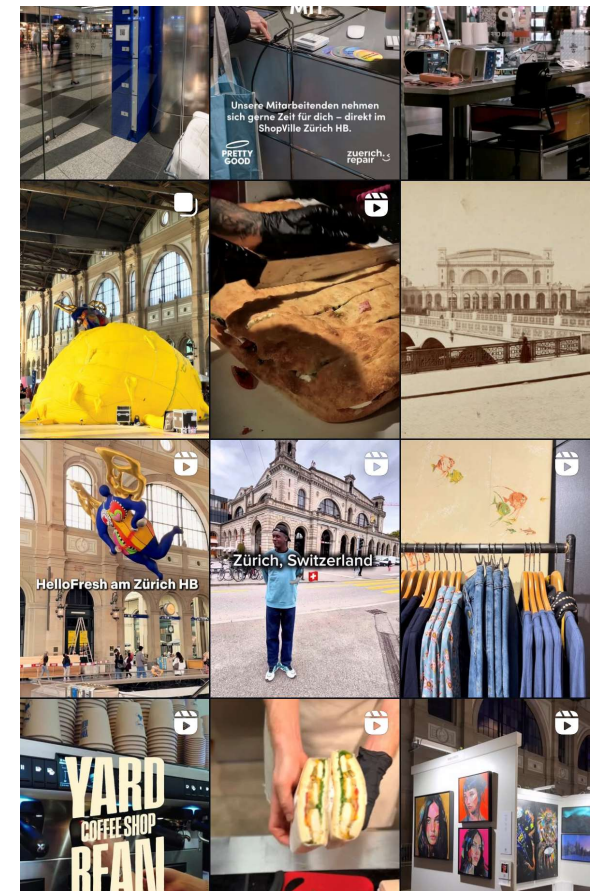
Social Media Bahnhöfe.



Instagram Bahnhof Bern



Instagram Genf Cornavin



Instagram Zürich



Ausblick 2026.

Auflösung Marketingfonds.

Neuausrichtung des Bahnhofmarketings – Auflösung des Marketingfonds per 30. Juni 2026.

- Die aktuelle Struktur des Marketingfonds ist zunehmend unflexibel: Die orts- und zweckgebundene Mittelverwendung erlaubt es nicht, zielgerichtet auf veränderte Bedürfnisse einzelner Bahnhöfe zu reagieren.
- Nach eingehender Prüfung hat die SBB deshalb entschieden, den Marketingfonds per 30. Juni 2026 aufzulösen und eine Schlussabrechnung zu erstellen.
- Die Information zur Auflösung Marketingfonds wurde im Oktober an die Mieterschaft verschickt. Die Nachträge folgen Q1/2026.
- Bis zum 30. Juni 2026 werden die Marketingmassnahmen vollumfänglich mit den Geldern aus dem Marketingfonds umgesetzt. Es werden keine Beträge zurückerstattet oder nachgefordert.
- Ab 1. Juli zahlen die Geschäftsmieter keine Beiträge mehr.
- Die SBB investiert jedoch weiterhin in Marketingmassnahmen in den Bahnhöfen.

Was ändert sich beim Bahnhofmarketing ab Juli 2026?

- Die SBB wird das Bahnhofmarketing künftig vollständig aus eigenen Mitteln finanzieren.
- Dazu gehören folgende Basisangebote:
 - Pflege und Hosting der Bahnhof-Webseiten
 - Logopräsenz auf der kommerziellen Kundenlenkung
 - Bewerbung des attraktiven Einkaufsangebots in den Bahnhöfen
 - Bewirtschaftung der Social-Media-Kanäle in Basel SBB, Bern, Genf Cornavin und Luzern (hier ist der bereitgestellte Content gefragt).
- Unterstützende Massnahmen werden nach Bedarf umgesetzt.

Was ändert sich für Geschäftsmietende ab 1. Juli 2026.

- Die bisher in den Marketingfonds eingezahlten Mittel stehen den Geschäftsmietenden für eigene Marketingmassnahmen zur Verfügung.
- Wir empfehlen diese Mittel weiterhin gezielt in lokale Marketingmassnahmen am Bahnhof zu investieren. Die Bahnhöfe bleiben starke Werbeplattformen mit grosser Reichweite, und wir möchten deren Potenzial weiterhin gemeinsam ausschöpfen.
- Das Team Marketing Bahnhöfe bleibt wie gewohnt erreichbar und unterstützt Geschäftsmietende bei Marketingfragen und Neueröffnungen.
- Die SBB prüft weiterführende Benefits auf den eigenen Werbeplattformen.



Informationsfluss ab dem 1. Juli 2026.

- Q2 2026 nächste Marketing-Roadshow.
- Kontakt und Informationen zu Marketingmassnahmen neu auf dem Mieterportal. Lassen Sie sich durch Ihren Mieterportal-Admin registrieren. Ersetzt die Marketing-Plattform.
- Neues Factsheet mit Benefits und Informationen zu den Werbeplattformen in den Bahnhöfen.



Kampagnenplanung 2026.



Kampagnenplanung 2026.

Januar	Februar	März	April	Mai	Juni
		Dachkampagne 1. Welle Bekanntheit Angebot / Attraktivität	Dachkampagne 1. Welle Bekanntheit Angebot / Attraktivität		Dachkampagne 2. Welle Bekanntheit Angebot / Attraktivität
Social Media (Basel SBB, Bern, Genf Cornavin, Luzern)					
Juli	August	September	Oktober	November	Dezember
		Piano am Bahnhof (Einsatz in Abklärung) Attraktivität	Dachkampagne 3. Welle Bekanntheit Angebot / Attraktivität Piano am Bahnhof (Einsatz in Abklärung) Attraktivität	Dachkampagne 3. Welle Bekanntheit Angebot / Attraktivität Piano am Bahnhof (Einsatz in Abklärung) Attraktivität	Piano am Bahnhof (Einsatz in Abklärung) Attraktivität
*Social Media (Basel SBB, Bern, Genf Cornavin, Luzern)					

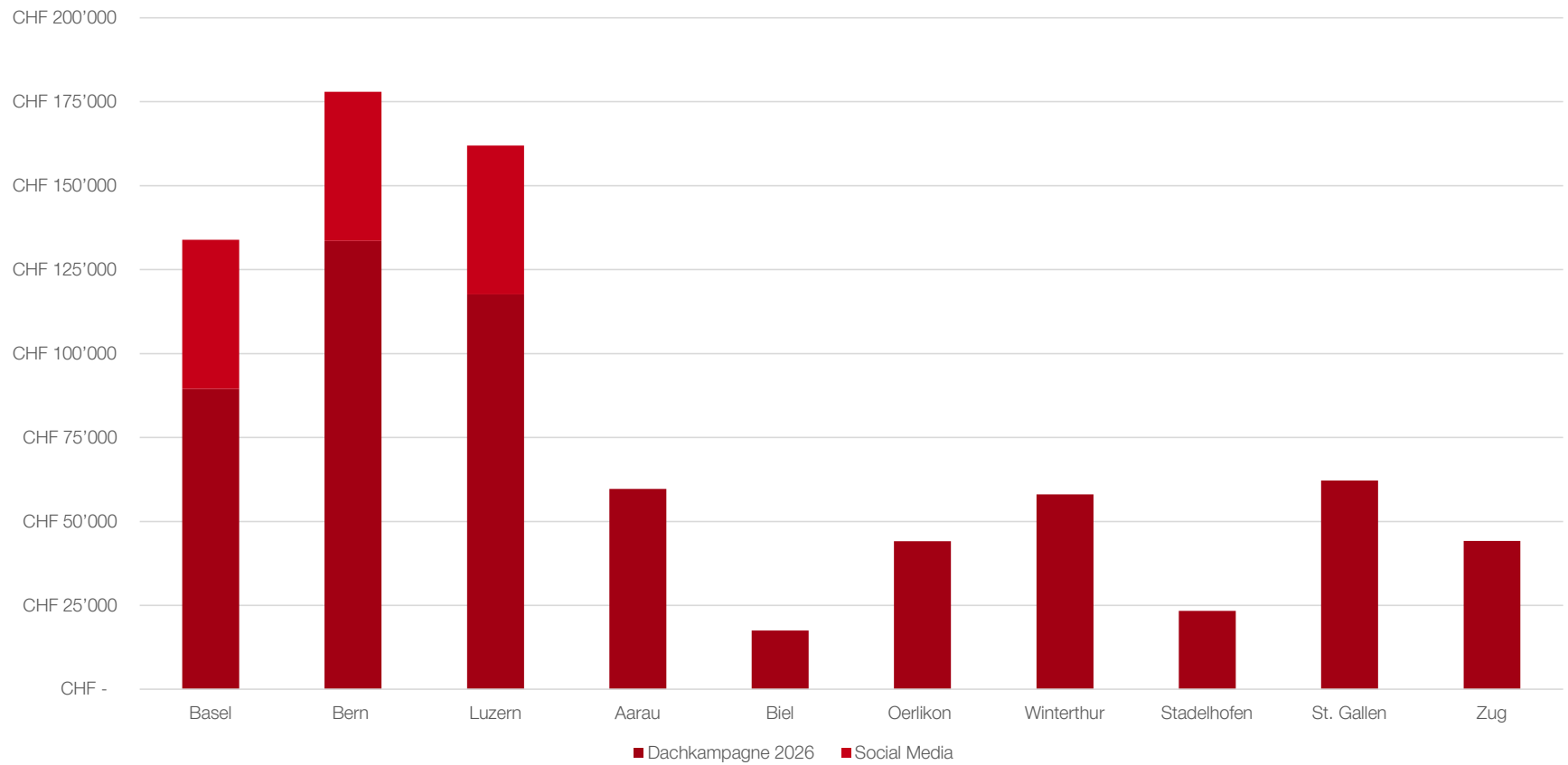
Januar - Juni Marketingmassnahmen aus Budget Marketingfonds

Juli - Dezember Marketingmassnahmen durch SBB finanziert

*Mieterinnen und Mieter senden bereitgestellten Content

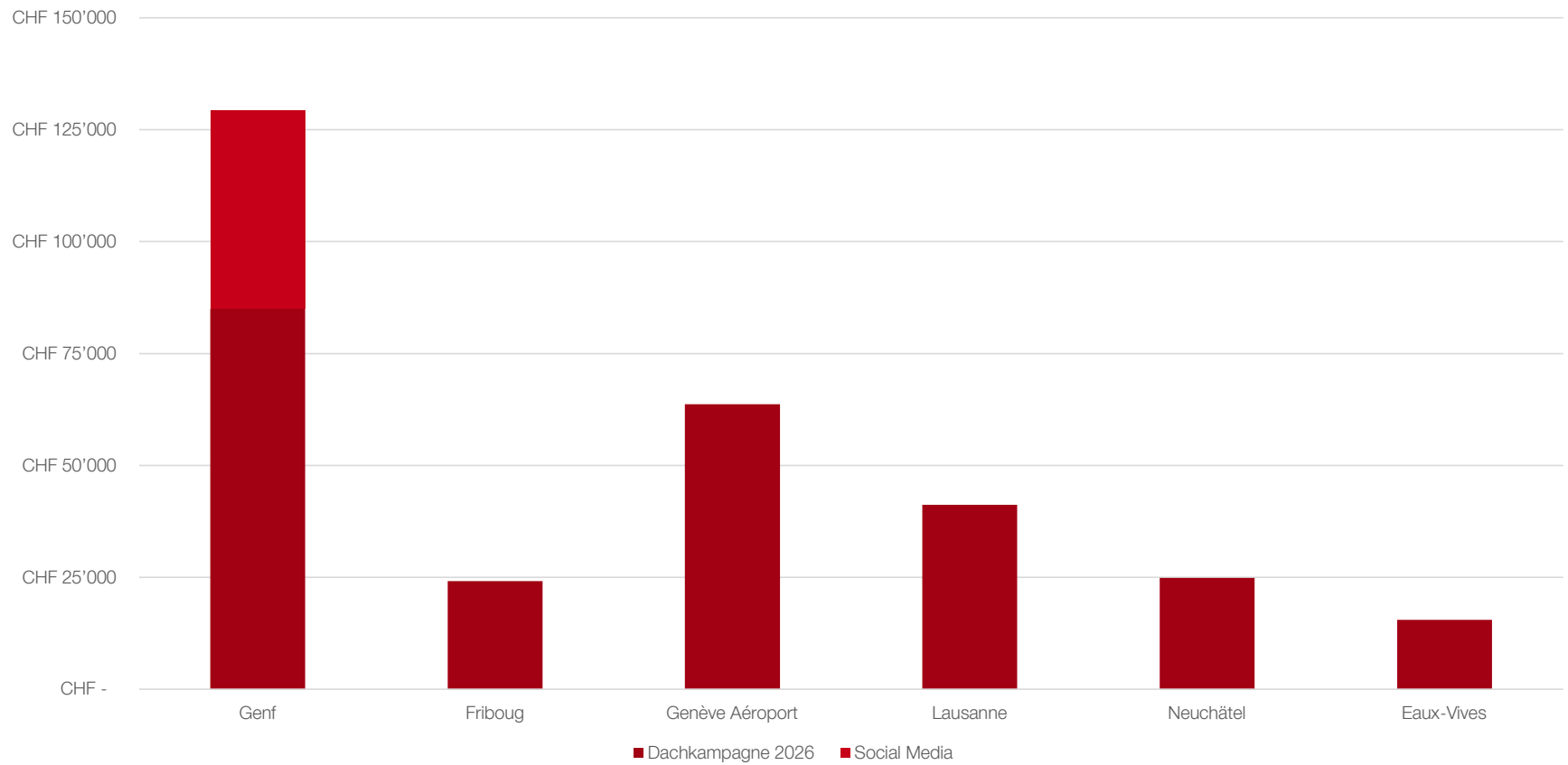


Budgetübersicht Bahnhöfe Januar – Juni 2026.





Budgetübersicht Bahnhöfe Januar – Juni 2026.



Dachkampagne 2026.

Ausgangslage/Idee	Ziel
Die Sujets der Dachkampagne 2025 werden für die Dachkampagne 2026 nochmals eingesetzt.	Positionierung der Bahnhöfe als attraktive, schnelle und bequeme Einkaufsdestination. Alles an einem Ort.
Zeitraum/ Ort	Leitinstrument
März/April und Juni/Juli (aus Budget Marketingfonds) Oktober – November (Budget SBB) Bahnhöfe: Aarau, Basel SBB, Bern, Biel, Freiburg, Genf Cornavin, Genf Eaux-Vivies, Genf Flughafen, Lausanne, Luzern, Neuenburg, St. Gallen, Winterthur, Oerlikon, Stadelhofen, Zug Ab Oktober optionale weitere Standorte	- Offline: Plakate an Tram-/Bushaltestellen, e-Bord, e-Panel, Passenger TV, Tram und Buswerbung - Online: Social Media, Mobile Displaybanner mit Geotargeting, Influencer Marketing

Social Media Bahnhöfe.

Ausgangslage/Idee	Ziel
• Auch im Jahr 2026 werden die Bahnhofskanäle bespielt. • Der Bezug zum Bahnhof als Shopping-Destination wird mit neuen Inhalten gefördert. • Die Mieter:innen werden wie gewohnt eingebunden. Die Beiträge werden nach Interessen beworben.	• Die Frequenz der Besucher:innen sowie die Aufenthaltsdauer an den Bahnhöfen soll gesteigert werden. • Der Bahnhof soll als Verpflegungs- und Shoppingdestination wahrgenommen und weiterempfohlen werden. • Das Angebot am Bahnhof soll konstant kommuniziert und dadurch bekannter gemacht werden.
Zeitraum/ Ort	Leitinstrument
Januar – Juni aktive Bespielung durch SBB Juli – Dezember reduzierte Bespielung durch SBB und durch die Mieter generierten Content. Bahnhöfe: Basel SBB, Bern, Genf Cornavin, Luzern	Online: Facebook und Instagram Profile



Social Media ab 1. Juli 2026.

- Wir streben an, die Social-Media-Kanäle weiterhin aktiv zu halten und sie mit attraktiven Beiträgen aus den Geschäften zu bespielen.
- Post-Frequenz: Vorgesehen sind 2-3 Beiträge pro Monat sowie bis zu 2 Stories pro Woche. Die SBB stellt Budget für die Bewerbung der Beiträge zur Verfügung.

Weiterentwicklung der Zusammenarbeit.

- Die Geschäfte generieren proaktiv eigene Beiträge (Text, Bild) und senden diese direkt an: socialmedia.immobilien@sbb.ch
- Förderung von Collab-Posts, um gemeinsame Inhalte zu teilen und die Reichweite unserer Inhalte zu steigern.
- Teilen von Inhalten mittels Repost. Beiträge, die mit dem Tag versehen sind, werden aktiv repostet. Wichtig: die Bahnhöfe müssen für Repost getaggt werden.
[@bahnhofbern](#), [@gare_de_geneve_cornavin](#), [@bahnhof_basel_sbb](#), [@bahnhof_luzern](#)



Pianos on Tours.

Eine Weiterführung der Pianos für 2026 wird geprüft.





Weitere Informationen.

Bahnhofwebseite: Optimieren Sie Ihren Shop-Auftritt.

Beispiel.

Brezelkönig.



Öffnungszeiten.

Normale Öffnungszeiten.

Mo.–So. 5.00–23.00 h

Alle Angaben ohne Gewähr.

Eine Brezel für den kleinen Hunger oder ein reich belegtes Sandwich für die Zugfahrt? Brezelkönig freut sich auf Ihren Besuch.

Kontakt.



Brezelkönig

Tel.: [+41 41 289 64 64](tel:+41412896464)

[E-Mail](#)

[Webseite](#)

Ähnliches entdecken.

Restaurants / Take-Away 10

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

Wo finde ich die Informationen und Kontakte.



Marketing-Plattform

sbb.ch/mieter

Benutzer: Mieter

Passwort: Passwort: qe-wNB*?

Bis 30. Juni 2026, ab 1. Juli
über das Mieterportal.



Roadshow

Nächster Termin: Q2 2026



marketing.immobilien@sbb.ch

Für alle Fragen & Anliegen zum Marketing

socialmedia.immobilien@sbb.ch

Für Ideen und Themeninputs zu Social
Media

A photograph of a group of people sitting on a light-colored floor. In the foreground, a person's hand is visible, holding a smartphone. Other people's arms and hands are visible in the background, some resting on the floor. The text "Danke, merci & grazie." is overlaid in the center of the image.

Danke, merci
& grazie.