

The image shows two railway workers in bright orange safety gear, including hard hats and jackets. They are focused on a piece of equipment, possibly a signal or communication device, at a railway station. The background shows railway tracks and infrastructure under a clear sky. A red semi-transparent box on the left contains white text, and a red rounded square in the top right corner contains the 'Alliance Swiss Pass+' logo.

Alliance  
Swiss  
Pass<sup>+</sup>

# Baustellen-Mailings – Datennutzung und Umsetzung.

2. Dezember 2021

Andrea Nigg, SBB

# Agenda

- 1 Ausgangslage
- 2 Vorgehen
- 3 Umsetzung
- 4 Kontakte SBB

# Ausgangslage

Baustellen-Mailings\* können aufgrund der Bestimmungen im Regelwerk Datennutzung ÖV (ReDÖV) **nur** an Kund:innen versendet werden, welche ihre Leistung bei der **jeweiligen TU** bezogen haben. Das ReDÖV lässt eine **zentrale Kommunikation** an alle Kund:innen (unabhängig vom Leistungsbezug) durch die Baustellen-TU **nicht** zu (Vermischung der Datentöpfe).

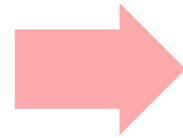
Um dennoch möglichst viele Kunden – unabhängig, wo sie ihre Leistung bezogen haben – diesen Service anbieten zu können, wurden verschiedene Varianten zur **Optimierung der Umsetzung der Baustellen-Mailings** geprüft. In der Arbeitsgruppe Vermarktung ASP (05.10.2021) wurde entschieden, zukünftig die Variante **«Koordination» wo möglich und sinnvoll** anzuwenden.

\*betrifft nur Direct Mailings basierend auf einer Datenselektion

# Vorgehen

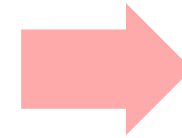
TU mit Baustelle übernimmt Lead (nachfolgend Lead-TU).

- Die Lead-TU ist verantwortlich für die Umsetzung der Kommunikations-Massnahmen (u.a. Mailing).
- Die Lead-TU ist verantwortlich für die Koordination mit anderen TU und/oder Verbänden.



Lead-TU stimmt die Inhalte mit anderen involvierten TU ab und stellt sie weiteren TU/den Verbänden zur Verfügung.

- Inhalte sollen wo möglich übernommen und gegenseitig mitgetragen werden → One voice to the customer.
- Inhalte werden situativ untereinander vollständig und versandbereit zur Verfügung gestellt.



Die Baustellen-Mailings werden versendet.

- Die Lead-TU sowie weitere involvierte TU schreiben alle Kunden an, welche die Leistung bei ihnen bezogen haben (auch Verbunds-Kunden).
- Die Verbände schreiben optional zusätzlich ihre Kunden an, welche die Leistung nicht bei der Lead-TU (oder anderen involvierten TU) bezogen haben.
- Nicht involvierte TU schreiben bei Bedarf ihre Kunden im Auftrag der Lead-TU ebenfalls an.

# Umsetzung

Umsetzung mit anderen TU / in den Verbänden	Branding	Datenselektion	Kundensicht
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Die Verantwortung für die Umsetzung der Baustellen-Mailings liegt bei der Lead-TU.</li> <li>– Die Lead-TU prüft situativ, ob ein zusätzlicher Versand an weitere Kunden (durch andere TU und/oder Verbände) erwünscht ist und umgesetzt werden soll.</li> <li>– Bei Bedarf geht die Lead-TU direkt auf die TU/den Verbund zu und koordiniert den Versand.</li> <li>– Der finale Entscheid zur Unterstützung obliegt der TU/dem Verbund (abhängig von Möglichkeiten/Ressourcen/ Vorlaufzeiten etc.).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Die Mailings werden im Co-Branding* versendet, sobald mehrere TU bei der Baustelle involviert sind oder eine TU/ein Verbund im Auftrag einer Lead-TU das Mailing versendet.</li> <li>– Versendet eine TU/ein Verbund im Auftrag einer Lead-TU ein Mailing wird in gegenseitiger Absprache der Zusatz «im Auftrag von» (oder ähnlich) hinzugefügt, um die Nachvollziehbarkeit für den Kunden sicherzustellen.               <ul style="list-style-type: none"> <li>→ Beispiel: RhB-Baustelle Chur – Arosa. Die SBB schreibt im Auftrag der RhB diejenigen GA-Kunden an, welche ihr Abo in Chur am SBB Schalter gekauft haben.</li> </ul> </li> </ul> <p style="font-size: small; margin-top: 10px;">*gem. <u>CD-Manual Direkter Verkehr</u></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– TU-/Verbundeigene Daten können bei Bedarf bei der SBB angefragt werden. Die Vorlaufzeit beträgt einen Monat und die Kosten belaufen sich bei CHF 160.-/Stunde*.               <ul style="list-style-type: none"> <li>→ Die Kosten sind von der Lead-TU resp. den involvierten TU als Infra-Betreiber zu tragen.</li> </ul> </li> <li>– Doppelte Selektionen/Anschriften sind zu vermeiden. Es gelten die Grundsätze gem. Folie 4. Dabei ist darauf zu achten, dass bei der Verbund-Selektion die Kunden der Lead-TU sowie weiteren involvierten TU, welche die Kommunikation selber übernehmen, ausgeschlossen werden.</li> <li>– Aufgrund der Komplexität der Selektion von Einzelbilletten werden nur Abo-Kunden selektiert und angeschrieben.</li> <li>– Die Selektion der Abo-Kunden erfolgt nach Wohnsitz innerhalb des durch die Lead-TU definierten Perimeter.</li> </ul> <p style="font-size: small; margin-top: 10px;">* gem. <u>Regelwerk Datennutzung ÖV</u></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Durch die Koordination erhalten auch Kunden, welche ihre Leistung nicht bei der Baustellen-TU bezogen haben die Information.</li> <li>– Die Kunden erhalten das Mailing von der TU, bei welcher Sie ihre Leistung bezogen haben → Nachvollziehbarkeit ist gegeben.</li> <li>– Die Absender-TU stimmt nicht zwingend mit der Baustellen-TU überein → Nachvollziehbarkeit ist gegeben durch:               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Versand des Mailings im Co-Branding.</li> <li>• Ergänzung des Zusatzes «im Auftrag von» (bei Bedarf).</li> </ul> </li> </ul>



# Ansprechpersonen SBB

Funktion	Kontakt
Kommunikationsmanager Baustellen Ost	Rolf Ott, MP-VSV-VMA-MKO, <a href="mailto:rolf.ott@sbb.ch">rolf.ott@sbb.ch</a> , 079 385 91 34
Kommunikationsmanagerin Baustellen Mitte	Jasmin Lauener, MP-VSV-VMA-MKO, <a href="mailto:jasmin.lauener@sbb.ch">jasmin.lauener@sbb.ch</a> , 079 503 49 42
Kommunikationsmanagerin Baustellen West	Eveline Löwen, MP-VSV-VMA-MKO, <a href="mailto:eveline.loewen@sbb.ch">eveline.loewen@sbb.ch</a> , 079 227 64 60
Datenselektion	Direct Marketing, MP-VSV-VMA-REL-DMA, <a href="mailto:directmarketing@sbb.ch">directmarketing@sbb.ch</a>



Vielen Dank.