

Kommunikations- leitfaden.

Integration der RailAway-Freizeit-
angebote auf Ihren Kanälen.



RailAway-Freizeitangebote integrieren.

Vielen Dank, dass Sie die Freizeitangebote von SBB RailAway in Ihrer Region bekannter machen. Sie helfen Ihrer Kundschaft dabei, ihre Freizeit günstiger mit Erlebnissen zu füllen. Gerne unterstützen wir Sie bei der Integration auf Ihren Kanälen.

Ausgangslage.

Ihre Kontaktperson bei RailAway hat Ihnen eine Übersicht mit geeigneten Angeboten in Ihrer Region zukommen lassen. RailAway bietet für ein Ausflugsziel verschiedene Angebote an. Sie sind alternierend erhältlich. Wie unsere Produkte funktionieren, lesen Sie [hier](#).

Insbesondere Ihre **Owned Media Kanäle** eignen sich für die Integration der RailAway-Freizeitangebote. Die folgenden Beispiele dienen als Orientierung und sind nicht abschliessend.

Standardangebot

Ganzjährig bzw. saisonal verfügbar.



Website
Ausflugsideen



Printprodukte
Broschüren, Flyer etc.



Screens
Digitale Anzeigen im ÖV-Umfeld



Das **Standardangebot** kann während der gesamten Laufzeit kommuniziert werden.



Die Integration empfehlen wir für **Massnahmen mit längerer Laufzeit** sowie für **analoge Kanäle** bzw. solche, die nicht regelmässig aktualisiert werden.

RailAway-Hit.

Monatlich begrenzte Aktion.



Website
Teaser, News etc.



Social Media
Beiträge im Feed, Stories etc.



Newsletter
Banner, Beitrag etc.



Der **RailAway-Hit** sollte frühestens 15 Tage vor Gültigkeitsbeginn kommuniziert werden.



Die Integration empfehlen wir für **kurzfristige, zeitlich gezielt steuerbare Massnahmen**, da der jeweils höhere Rabatt nur begrenzt gültig ist.

Richtlinien zur Rabattkommunikation.

Die Kommunikation eines expliziten Rabatts (z.B. «bis zu 30% Rabatt») bedarf einer **Preisaufschlüsselung** auf der Ziel-URL, die Kund:innen erläutert, wie sich der Preis zusammensetzt. Auf den Angebotsseiten von SBB RailAway ist dies gewährleistet. Unsere Kommunikation des Hit-Monats erfolgt 15 Tage vor Gültigkeitsbeginn.

Bei **analogen Massnahmen** muss der Rabatt zusätzlich stets im Werbemittel aufgeschlüsselt werden. Bitte beachten Sie hierfür unsere Textvorlage für Printmassnahmen.

Leiten Sie von einem Werbemittel auf eine **eigene Landingpage** zum RailAway-Freizeitangebot, stellen Sie bitte die Preisaufschlüsselung sicher. Gerne stehen wir bei Fragen unterstützend zur Seite.

Hilfsmittel & Vorlagen.

Mit diesen Unterlagen möchten wir Sie unterstützen:

Textvorlagen

für Web- und Printintegration inklusive visueller Beispiele.

Logos

zur besseren Wiedererkennung der RailAway-Freizeitangebote.

Störer-Elemente

zur visuellen Hervorhebung von Rabatten.

[Zu den Hilfsmitteln.](#)



Bitte integrieren Sie nach Möglichkeit die Tracking-Links, die Sie in der Angebotsübersicht von uns erhalten haben.

Brand.

Brand.

Bitte beachten Sie in Ihrer Integration bei der Erwähnung unserer Brand die korrekte Verwendung der Wortmarke und des Logos:

- ☒ SBB RailAway
- ☒  **SBB CFF FFS**
RailAway
- ☐ Railaway, RailAway-Kombi, SBB

Naming.

Berücksichtigen Sie, dass ein RailAway-Freizeitangebot verschiedene Ausprägungen enthält. Wählen Sie in der Kommunikation die entsprechende Bezeichnung:

- ☒ RailAway-Hit
für Angebote ab 30% Rabatt.
- ☒ RailAway-Angebot
für Angebote mit <25% Rabatt.
- ☒ Animal'n'Rail Zoo Zürich
Art'n'Rail Fondation Beyeler etc.