



Der ZVV und zeit motivieren junge Zürcher*innen mit einer Bonus-App erfolgreich zur ÖV-Nutzung



Website



Content-Marketing



Social Media

Der Zürcher Verkehrsverbund (ZVV) ist der grösste Verkehrsverbund der Schweiz und vereint über 30 Verkehrsunternehmen unter einem Dach. Diese betreiben die S-Bahnen, Busse, Trams und Schiffe im Kanton Zürich. Mit einem Abonnement des ZVV fährt man flexibel und bequem durch den Kanton und das erst noch klimafreundlich. Auch viele Jugendliche und junge Erwachsene profitieren davon und gehören zu den Stammkundinnen und -kunden des ZVV. Und um dieses klimafreundliche Mobilitätsverhalten zu belohnen und zu fördern, gibt's die App «ZVV-GreenBonus» für alle mit einem ZVV-NetzPass-Jugend-Abo.

Ausgangslage

Wer 18 wird, hat plötzlich sehr viele zusätzliche Möglichkeiten. Eine davon: die Autoprüfung. Damit die jungen Kundinnen und Kunden sich aber auch weiterhin klimafreundlich – das heisst mit dem ÖV – fortbewegen und dem ZVV somit treu bleiben, lancierte der ZVV in Zusammenarbeit mit zeit das Bonusprogramm «ZVV-GreenBonus», das über eine eigens dafür programmierte Web-App läuft. Für die Konzeption, Gestaltung und Programmierung der App sowie die Bewerbung dieser bei der relevanten Zielgruppe, wurde zeit beauftragt. Wir haben uns in einem Pitch-Verfahren durchgesetzt.

Ziele

- Kund*innenbindung durch Wertschätzung/Belohnung
- Wissen über nachhaltige Mobilität vermitteln

Umsetzung

Damit «ZVV-GreenBonus» möglichst bald ausgerollt werden konnte, und um die Hürde zur Teilnahme möglichst tief zu halten, haben wir uns gemeinsam mit dem ZVV für die Programmierung einer Web-App entschieden. Das bedeutet, dass die Nutzerinnen und Nutzer keine Anwendung (Native App) auf ihrem Smartphone installieren müssen, sondern über den Internetbrowser schnell und einfach darauf zugreifen können.

Bei der intuitiv gestalteten App können sich Nutzerinnen und Nutzer, die Inhaberin oder Inhaber eines ZVV-Netz-Passes Jugend sind, einloggen und dort

- Quiz-Fragen beantworten,
- vom ZVV produzierte Videos anschauen und Stories lesen sowie Fragen dazu beantworten,
- Prämien einlösen
- Bonus-Partner-Profilen studieren und Fragen dazu beantworten,
- sich für den Newsflash (E-Mail-Newsletter) anmelden

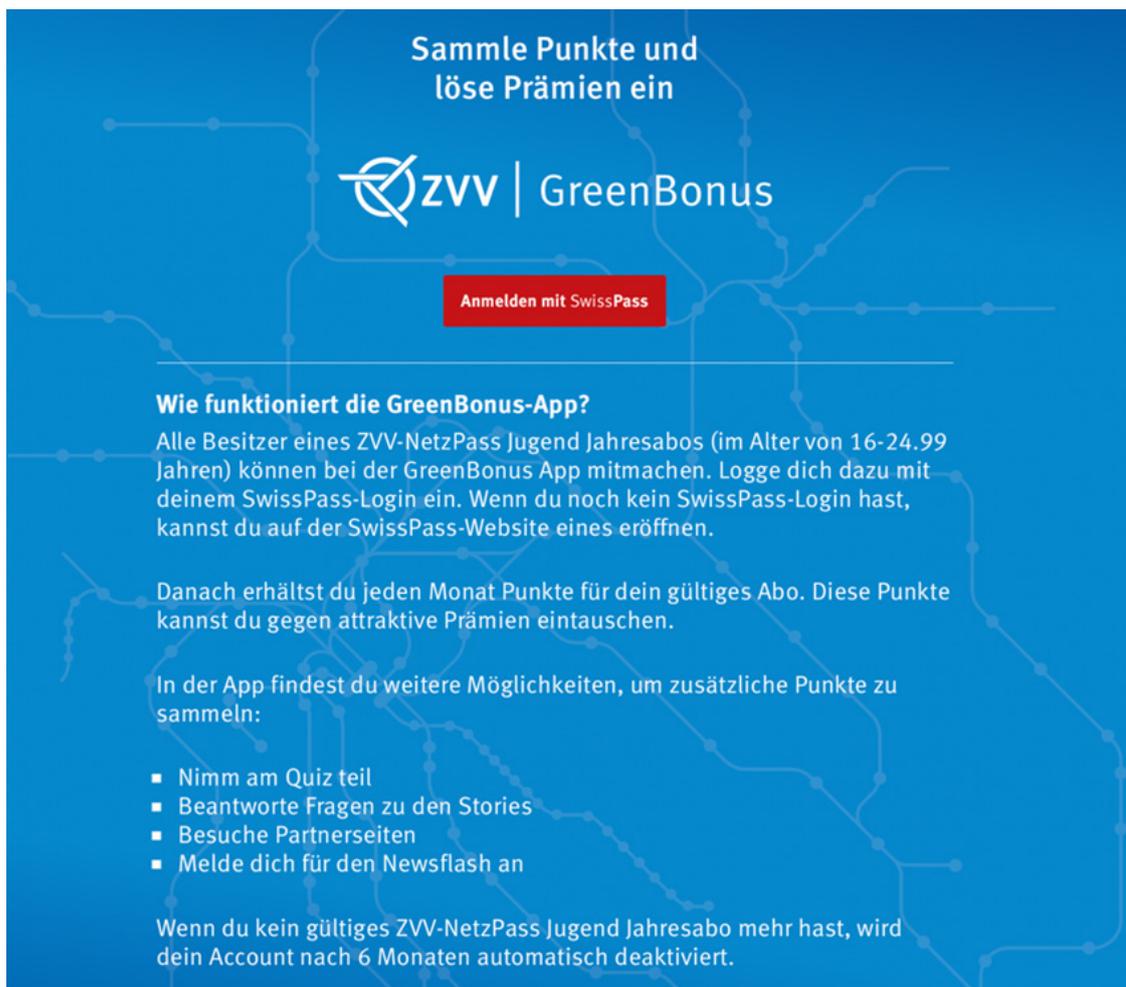
und durch alle Aktionen (ausser Prämieeinlösen) in der App Punkte sammeln. Die gesammelten Punkte können dann gegen attraktive Prämien umgetauscht werden. Da sich die Inhalte um umweltfreundliche Mobilität drehen, können die Nutzerinnen und Nutzern auch noch richtig viel dabei lernen.

Web App

Die browserbasierte App ist nicht nur eine kostengünstigere Alternative zu einer Native App, sondern überzeugt auch dadurch, dass wie erwähnt, kein Download nötig ist. Dadurch ist die Nutzung niederschwelliger, die Reichweite grösser. Ausserdem kann «ZVV-GreenBonus» so bei Bedarf auch jederzeit auch problemlos über andere Devices – z.B. Tablet oder Laptop – aufgerufen werden.

Die Programmierung inklusive Design wurde komplett von zeit übernommen. Dazu gehören:

- Der Entwurf des Layouts auf Basis des CD inklusive Grafikproduktion
- Die Definition der Informationsarchitektur, des Seitenaufbaus und des Navigationsprinzips
- Die Programmierung der App inklusive Setup und Einrichten des CMS (WordPress) sowie Testing auf drei Entwicklungsumgebungen (Integration, Testing, Produktiv), Front- und Backend-Entwicklung
- Entwicklung Schnittstelle zu SwissPass zur Überprüfung der Abos



Samme Punkte und löse Prämien ein

ZVV | GreenBonus

Anmelden mit SwissPass

Wie funktioniert die GreenBonus-App?

Alle Besitzer eines ZVV-NetzPass Jugend Jahresabos (im Alter von 16-24.99 Jahren) können bei der GreenBonus App mitmachen. Logge dich dazu mit deinem SwissPass-Login ein. Wenn du noch kein SwissPass-Login hast, kannst du auf der SwissPass-Website eines eröffnen.

Danach erhältst du jeden Monat Punkte für dein gültiges Abo. Diese Punkte kannst du gegen attraktive Prämien eintauschen.

In der App findest du weitere Möglichkeiten, um zusätzliche Punkte zu sammeln:

- Nimm am Quiz teil
- Beantworte Fragen zu den Stories
- Besuche Partnerseiten
- Melde dich für den Newsflash an

Wenn du kein gültiges ZVV-NetzPass Jugend Jahresabo mehr hast, wird dein Account nach 6 Monaten automatisch deaktiviert.

Naming und Logo

Ebenfalls im Aufgabenbereich von zeit war die Auswahl eines passenden Namens für die App sowie die Ausarbeitung von entsprechenden Logos. Gemeinsam mit dem ZVV haben wir uns auf «ZVV-GreenBonus» geeinigt und daraufhin verschiedene Vorschläge für ein passendes Logo eingereicht – sowohl in Kombination mit dem bestehenden ZVV-Logo als auch als Standalones.



Anmeldung mit SwissPass

Ein wichtiges Feature der App ist die einfache Anmeldung mit dem bestehenden SwissPass-Login. Die Abos der jugendlichen Kundinnen und Kunden befinden sich – wie mittlerweile sämtliche Abos für den Schweizer ÖV – auf der roten Karte, die auch online genutzt werden kann. Mittels SwissPass-Logins funktioniert die Registrierung auf der App rasch und einfach, es müssen keine zusätzlichen Daten angegeben oder übertragen werden.

Prämien

Viele Prämien sind auch als digitale Rabattcodes hinterlegt, die auch direkt online eingelöst werden können. Diese haben natürlich etwas mit Nachhaltigkeit zu tun: Getauscht werden können die Punkte zum Beispiel gegen Einkaufsgutscheine für die Eco Concept Stores rrevolve oder Changemaker oder gegen eine Jahresmitgliedschaft der Schweizer Jugendherbergen. Zu den Partnern gehören auch Publibike, Mobility oder Tibits.

Usability (UX) Testing

Um herauszufinden, ob unsere ausgearbeiteten Ideen und Konzepte bei der Zielgruppe auch wirklich funktionieren, haben wir diese von Anfang an in die Prozesse eingebunden. So konnten sich einige ausgewählte Jugendliche bereits bei der Konzeption der App (ZVV intern) beteiligen. In einem ersten UX Testing haben die Jugendlichen das Design als klickbaren Adobe XD Prototypen erhalten. Die Rückmeldungen dazu haben wir verwendet, um das Design zu verbessern. Anschliessend programmierten wir die App.

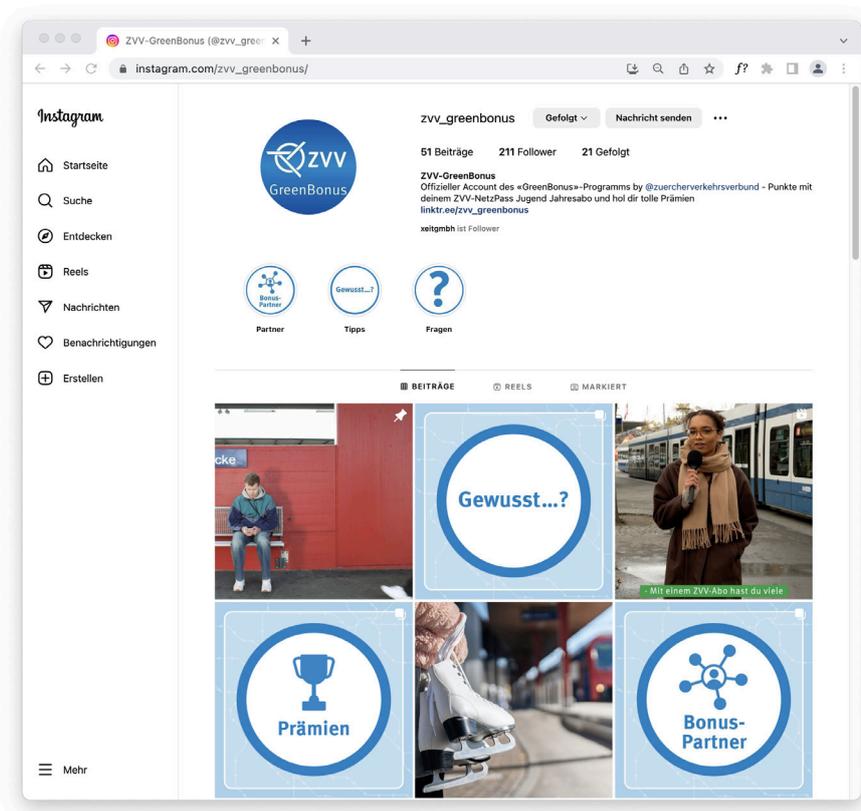
In einem weiteren UX Testing mit denselben und weiteren Personen überprüften wir die Nutzung der ersten programmierten App-Version, um danach die finale App umzusetzen und zu launchen.

Die umfangreichen Tests halfen uns herauszufinden, ob die App den Ansprüchen der Zielgruppen entspricht und wo allenfalls Anpassungen nötig sind. Zusätzlich hat der ZVV die Testgruppe zur Attraktivität der gewählten Prämien befragt und konnte so gleich zweimal vom Feedback profitieren. Sowohl der ZVV und zeit sind sehr zufrieden mit den Ergebnissen aus dem Testing.

Kommunikation der Kampagne: Bekanntheitssteigerung über Social Media

Um möglichst viele junge Kundinnen und Kunden auf das attraktive Bonusprogramm aufmerksam zu machen, gehen der ZVV und zeit zudem in die Kommunikationsoffensive auf Instagram.

Dazu hat zeit extra einen Instagram-Kanal eingerichtet, von wo aus kurz nach dem Launch der App Werbeanzeigen geschaltet wurden. Durch den eigenen Kanal können die ZVV-Verantwortlichen auch organische Posts absetzen, so dass sich Instagram als wichtiges Kommunikationsmedium für die Zielgruppe etablieren kann.



Die Anzeigen, welche in zwei Wellen geschaltet werden, wurden ebenfalls von zeit erstellt, und zwar mit fünf unterschiedlichen Sujets. Dafür haben wir u.a. ein vom ZVV erstelltes Video für die Social-Media-Kanäle adaptiert, es entsprechend aufbereitet und gezielt ausgespielt. Die erste Welle lief im Frühling 2022, die zweite Welle folgte im Herbst. Die animierten, auf dem ZVV-Video basierenden Ads heben – nebst den Prämien natürlich – den Aspekt des Klimaschutzes hervor. Ein Thema, das bei vielen Jugendlichen einen hohen Stellenwert hat.

Die Zielgruppenausrichtung, das Setup der Kampagnen sowie das laufende Monitoring und die Optimierungen der Anzeigen liegt im Aufgabenbereich von zeit, wobei der ZVV von unserer langjährigen Erfahrung optimal profitiert.

Instagram-Schulung

Um den eigens für das GreenBonus-Programm eingerichteten Instagram-Kanal auch professionell und zielgerichtet bewirtschaften zu können, hat zeit mit den Verantwortlichen des ZVV eine auf die individuellen Bedürfnisse zugeschnittene Schulung durchgeführt. Diese beinhaltete eine allgemeine Sensibilisierung für die Plattform Instagram sowie das Aufzeigen von Best-Practice-Beispielen. Im Fokus steht aber natürlich das Profil des GreenBonus, für dessen Bewirtschaftung (sowohl für organische Posts als auch für Kampagnen) wir fundierte Tipps und Tricks gezeigt haben. Beratend stehen die Instagram-Expertinnen und -Experten von zeit natürlich laufend zur Verfügung.

Resultate

Zu Beginn der Kampagne ging es insbesondere darum, Reichweite zu gewinnen. Weil das Programm neu und entsprechend kaum bekannt war, galt es, dafür die nötige Aufmerksamkeit zu generieren. Deshalb wurde die Kampagne in zwei Teile unterteilt mit Targeting und Retargeting. Um Streuverluste zu vermeiden, haben wir die Zielgruppe relativ stark eingeschränkt, was sich auszahlte. Insbesondere durchs Retargeting haben viele Angesprochene die Landingpage aufgerufen.

- Über den gesamten Kampagnenzeitraum hinweg konnten wir für den ZVV über Instagram, Snapchat und YouTube über 1,5 Millionen Impressions generieren, was bei der enggefassen und entsprechend eher kleinen Zielgruppe eine eindruckliche Zahl ist.

- Snapchat und YouTube haben wir als Kanäle in der zweiten Welle ergänzt. Aus den Learnings der ersten Welle analysierten wir für diese beiden Plattformen grosses zusätzliches Potenzial, wobei die Zahlen uns recht geben.
- Die Landingpage wurde über 1000 Mal aufgerufen.
- Am besten reagierte die Community auf das Bewegtbild-Ad, was die Bedeutung dieser Anzeigeformate bei der entsprechenden Zielgruppe hervorhebt.
- Seit dem Launch konnten bereits über 2000 User für die ZVV-GreenBonus-App begeistert werden.
- Pro Monat spielen ca. 500 Teilnehmende das GreenBonus-Quiz.

Wie dürfen wir Sie unterstützen?

Dank unserer langjährigen Expertise im Online-Marketing, Social-Media-Marketing sowie im Bereich Websites, UX und Apps sind wir Ihr idealer Partner für allen Belangen. Wir freuen uns, von Ihnen zu hören oder zu lesen.

Ihre Kontaktperson



Andrea Iltgen

Managing Partner

 +41 44 240 15 07

 andrea.iltgen@xeit.ch

www.xeit.ch

Unsere Dienstleistungen



Gerne unterstützen wir Sie mit unseren Erfahrungen bei der Entwicklung und Optimierung Ihrer User Experience. Wenn Sie Fragen haben, dann rufen Sie uns unverbindlich an **044 240 15 00** oder schreiben Sie uns auf info@xeit.ch.

Online-Marketing-Angebot

- Suchmaschinen-Werbung (SEA)
- SEA-Kampagnen Audit / Check
- Online Werbung & Mediaplanung
- Viral-Marketing
- Werbung bei Streamingdiensten
- Marketing-Automation
- E-Mail- & Newsletter-Marketing

Social-Media-Marketing-Angebot

- Social-Media-Beratung
- Social Media Check / Audit
- Social-Media-Strategie-Workshop
- Social Media Krisentraining & Simulation
- Content Marketing & Production
- Online Videos & Viral Video Seeding
- Community Management 24/7
- Corporate Blog Marketing
- Online-PR
- Inbound Marketing
- Social Network-Marketing
- Facebook Marketing
- Influencer Marketing

Workshop Influencer Marketing Websites & Apps-Angebot

- Websites
- WordPress Websites
- Online-Shops
- Landingpages
- Microsites
- Web Analyse mit Google Analytics
- Usability Testing
- Conversion Tracking
- Suchmaschinen-Optimierung (SEO)
- Link-Building
- Online-Reputation-Management
- Apps
- Chatbots und Social Bots
- Online-Games

Beratung & Second Opinion

- Strategie-Workshops
- Positionierungs-Workshop
- Innovations-Workshop
- Kreativ-Workshops
- Workshop Kreativ-Technik
- Content Ideen für Social Media
- Ideen für Online-Werbekampagnen
- Content-Werkstatt
- Online Recruiting
- Online Stellen-Inserate

Kontakt

Herausgeber

xeit GmbH
Limmatstrasse 291
8005 Zürich

E-Mail: info@xeit.ch
Tel.: +41 44 240 15 00

www.xeit.ch
blog.xeit.ch

www.linkedin.com/company/xeit-gmbh
www.instagram.com/xeitgmbh
www.facebook.com/xeitgmbh

Nachdruck

Alle Rechte vorbehalten.

Nachdruck, auch nur auszugsweise, nur mit Genehmigung der xeit GmbH.

WWW.XEIT.CH