



BVG Imagekampagne

Berliner Verkehrsbetriebe (BVG)
Vertrieb und Marketing

11. Mai 2016



Vorneweg: Der BVG Zahlenspiegel.

PERSONAL

ohne Beschäftigte in passiver
Phase der Altersteilzeit



14.000

PERSONAL GESAMT

FAHRGAST- FAHRTEN



1.010,3

FAHRGASTFAHRTEN
IN MIO. (UBF)



U-BAHN

1.244

FAHRZEUGE GESAMT

- 10 LINIEN*
- 146,3 KM LINIENLÄNGE*
- 173 BAHNHÖFE

- 22 LINIEN*
- 300,0 KM LINIENLÄNGE*
- 803 HALTESTELLEN*

TRAM

350

FAHRZEUGE
GESAMT



OMNIBUS

1.392

FAHRZEUGE GESAMT

- 151 LINIEN*
- 6.452 HALTESTELLEN*



* TAGSÜBER
(OHNE NACHTLINIEN)

Es war einmal ein Image ...

Das BVG-Image im Jahre 2010

Wenn die BVG ein Mensch wäre

„... dann wäre sie: männlich, Mitte 50, behäbig. Er wirkt wie ein Beamter und lebt diesen Job durch und durch, was er täglich durch seine ausgeprägte bürokratische Art und Weise unter Beweis stellt. Er ist sehr auf seine Arbeit konzentriert, die er stets pünktlich und sachlich korrekt erledigt ...“



Es war einmal ein Image ...

*„Ihr 100-jähriges Jubiläum haben die Berliner und ihre BVG schon lange hinter sich. Darum ist es Zeit für neuen Schwung und einen frischen Impuls. Es ist Zeit, den Menschen dieser Stadt eine neue Liebeserklärung zu machen. Dafür haben wir das Thema **Weil wir dich lieben** kreiert.*

Die Kampagne ist ein Brückenschlag und bildet das Fundament für eine noch innigere Beziehung. Die BVG als moderne Plattform für die Berliner.“





Deshalb: wir müssen unser Image aufpolieren



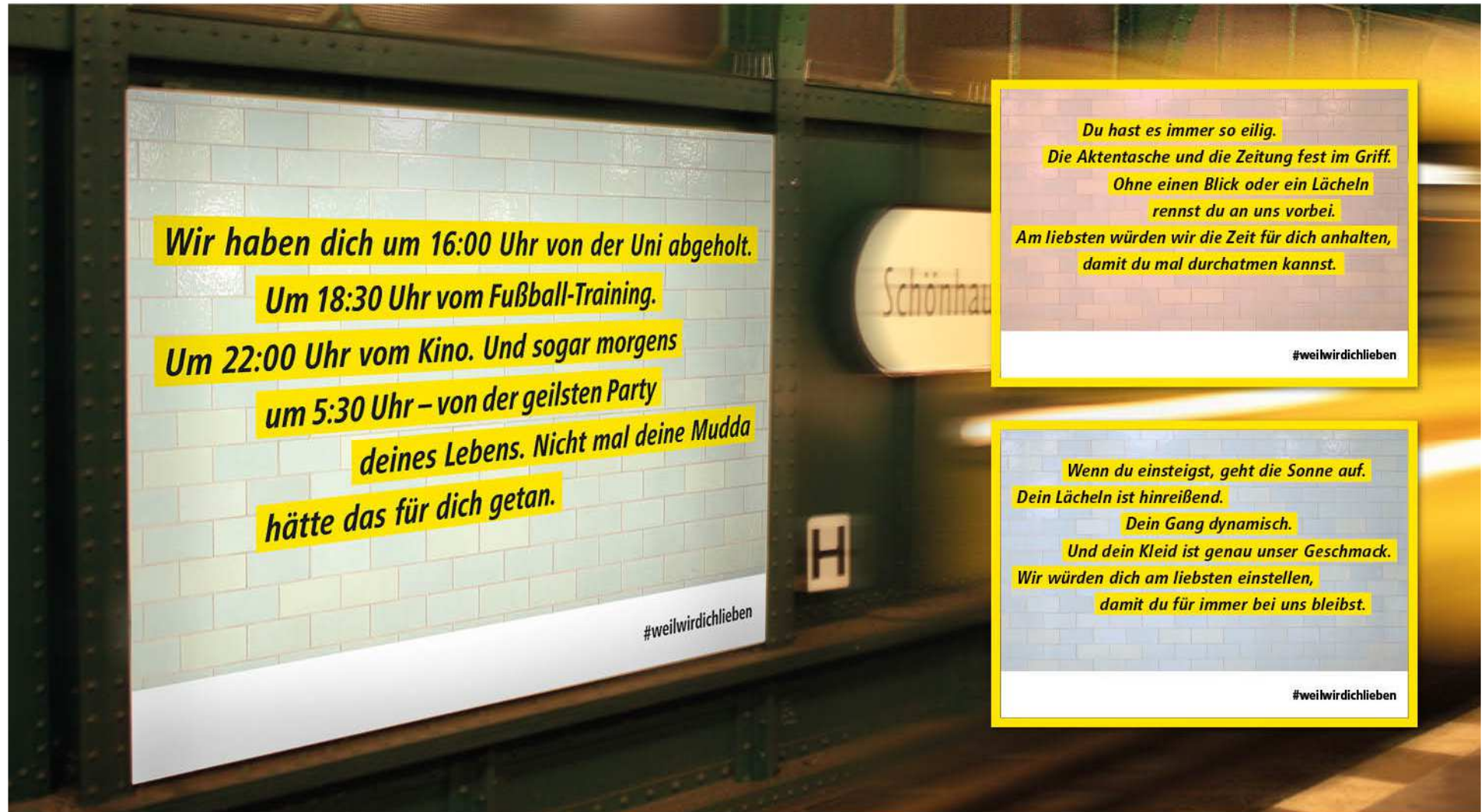
WEIL WIR DICH LIEBEN.



Teaser-Kampagne ohne Branding / Guerilla-Marketing



Teaser-Kampagne ohne Branding / Ambient



BVG-Social Media „#weilwirdichlieben“ auf 4 wesentlichen Plattformen



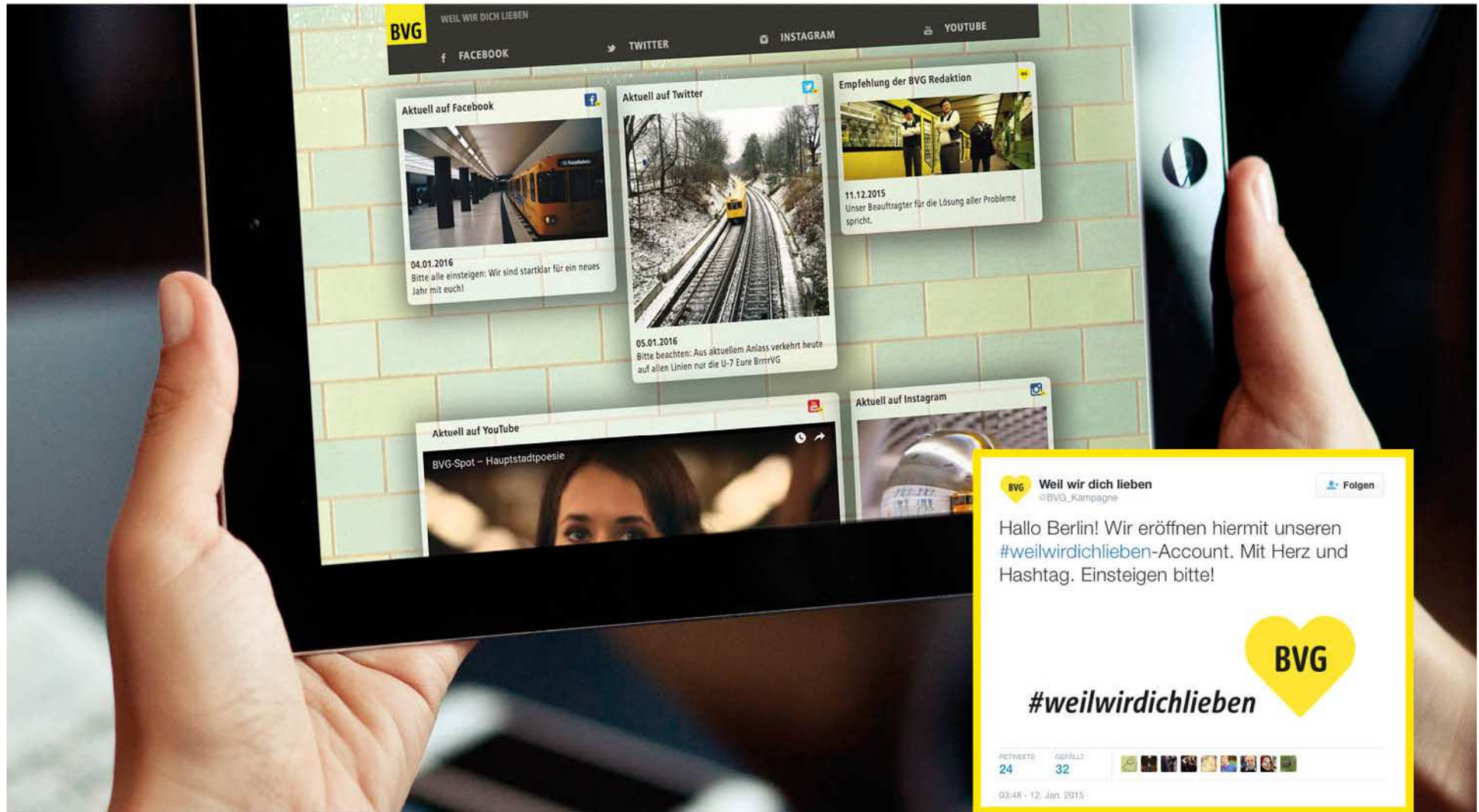
Unsere Online-Dialog-Kanäle.

The collage displays four social media platforms used by BVG for customer engagement:

- Facebook:** Shows the WWDL community page with 20,540 members and a post about a weekly contest.
- Twitter:** Shows the WWDL Twitter profile with 2,046 tweets, 413 followers, and 6,353 following. A tweet mentions support channels for inquiries.
- Instagram:** Shows a post titled 'LIEBLING DER WOCHE' (Favorite of the Week) featuring photos of trains and the hashtag #weilwirdichlieben.
- YouTube:** Shows the WWDL YouTube channel with a video player and a list of related videos.



Dialogmarketing auf dem Social Hub.





Kalkulierter Shitstorm – deutschlandweites Trending Topic Nr. 1.



Und dazu viel Aufmerksamkeit ...

DIE WELT

Berlin spottet über Kampagne der Verkehrsbetriebe



WEIL WIR DICH LIEBEN.

Die Berliner Verkehrsbetriebe haben eine neue Image-Kampagne gestartet. Mit "Weil wir dich lieben" erntet das Unternehmen aber mehr Spott als Ruhm - das sei alles kalkuliert, so die Verantwortlichen.

Quelle: NDR

DER TAGESSPIEGEL

Buße statt Bussi BVG erntet Häme mit Hashtag

von Stefan Jacobs



Die Verkehrsbetriebe fragen auf Twitter ihre Fahrgäste nach deren "schönsten BVG-Momenten" - und bekommen Spott und Gemecker zu lesen. Und welche Gedanken kommen unseren Kolumnisten, wenn er in seinem Gedächtnis kramt? Eine Glosse.

Empfehlen | Tweeten | +1 | i

Das Lied „Weil ich dich liebe“ von Marius Müller-Lüdenscheid oder wie er heißt gehört zu den Dingen im Leben, bei denen man froh ist.



OFFENTLICHER VERKEHR
Berlin lacht über die neue BVG-Kampagne

15.01.2016

Frau Gummibärchen @Cyberkasperlein · 13. Jan
Welche PR-Agentur hat sich **zweilwürdiglieben** ausgedacht? Ihr habt eure Social-Media-Kompetenzen in der Comfackesschachtel gefunden, oder?

Aus dem...
+FahrCard NEXT KULTUR...

Misglückte Kampagne
Kunden lachen über Berliner Verkehrsbetriebe



Mutige BVG, mutige Antworten.



Cocomobility @cocomobility · 14. Jan.
Der #OPNV wird nie eine Lovebrand werden. Aber welche Marke ist schon so im Alltag präsent wie die #bvg @BVG_Kampagne? #weilwirdichlieben

Weil wir dich lieben
@BVG_Kampagne

@cocomobility Wir wollen ja gar nicht unbedingt eine "Lovebrand" werden. Wir arbeiten erst mal an Wenigerdrüberschimpfen-Brand.

RETWEET 1 FAVORITEN 15

13:22 - 14. Jan. 2015

Weil wir dich lieben
@BVG_Kampagne

Guten Morgen, Berlin! Schlechte Nachrichten für alle Twitterer: Wir lieben euch noch immer :-)

Kommt gut durch den Tag!

RETWEET 13 SOCIAL 46

00:20 - 14. Jan. 2015

Sebastian @sebaso · 14. Jan. 2015
@BVG_Kampagne - j well played..

Weil wir dich lieben
@BVG_Kampagne

Sebaso Danket! Gar nicht soooo kompliziert, dieses Neuland.

Michael Röttscher @MichaelRöttscher · 14. Jan. 2015
@BVG_Kampagne Guten Morgen BVG, es gibt viel zu tun. Gerne übernehme ich eure Öffentlichkeitsarbeit.

Thimo von Stuckrad @thimovonstuckrad · 14. Jan. 2015
@BVG_Kampagne Dass ihr arm seid, wissen wir schon (Fahrpreisanhebung). Aber seid ihr auch sexy? #toloveandbeobedireturn



Native-Ads in Leitmedien / Storytelling





Großformatiger Liebesbeweis.





Ungewöhnliche Motive zu besonderen Anlässen.



Flotte Sprüche auf flotten Fahrzeugen.





Wichtige Präsenz im Social Web.

Weil wir dich lieben
@BVG_Kampagne

So, jetzt aber!

Wir werden oft gefragt, wo der Unterschied ist. Also:

BVG **BVB 09**

Weil wir dich lieben Echte Liebe

Führt jetzt schon zur Alten Försterei.

#weilwirdichlieben

RETWEETS 137 FAVORITEN 148

01:10 - 19. Jan. 2015

Weil wir dich lieben
@BVG_Kampagne

Einen Hauptkritikpunkt haben wir uns schon angesehen. Wir wissen nicht, was ihr gegen unsere Fensteraufkleber habt!

Das Brandenburger Tor, so wie wir es sehen.

#weilwirdichlieben

RETWEETS 168 FAVORITEN 193

06:54 - 15. Jan. 2015

Christopher Lauer @Schmidtlepp
#weilwirdichlieben #u2 pic.twitter.com/...

Weil wir dich lieben
@BVG_Kampagne

@Schmidtlepp Oh weh, das sind ja mehr Leute als mittlerweile die Piraten wählen! Entschuldigung!

RETWEETS 45 FAVORITEN 96

18.17 - 19. Feb. 2015

Christopher Lauer @Schmidtlepp · 19. Feb. 2015
@BVG_Kampagne geh kacken.

Peter Soltan. @initiator · 13. Jan.
Eine Hashtag-Kampagne der @BVG_Kampagne! Eine HASHTAG-KAMPAGNE! Im U-BAHN-TUNNEL!! Halloooo????! #weilwirdichlieben #keineempfang

Weil wir dich lieben
@BVG_Kampagne

@initiator Wir... manche... Tunnel... Netzprobl... später posten?

FAVORITEN 17

07:27 - 13. Jan. 2015



Kampagnen-Hype – online und offline.

ad Lad

BVG : Happy Public Transport Company

Since I live in Berlin, I noticed a lot of differences in the way to advertise. For example, comparing the RATP (Parisian Public Transport Company) with the BVG (Berliner Public Transport Company).

In Paris, a lot of inhabitants use the public transports, it's always full and most of the time late. Everybody use it because they are obliged and not because it's comfy and nice. The company has globally a bad image. There is some operation line points in the metro, a secondhand year or other really corporate events and not a lot of people care because the service stay the same, a simple way to travel without fun.

In Berlin, I noticed that it is a bit different, people seem to appreciate the company. Is it due to the way they communicate? For example, when you go to the customer care you sit on a chair "Very Important Fahrgast", I find this smart, people waiting their turn will look at this, smile and forget a bit that there is a lot of people before them! Another operation, random people could be the new voice of a metro line and actually, it was really funny to hear.

Then I just found this on the BVG website (now posted on Facebook too):



TOP 9 BVG-TWEETS – SOCIAL MEDIA KANN AUCH SPASS MACHEN

Christian Brandes / March 20, 2015 / Bossmove / 22 Comments

Heute ist internationaler Tag des aus dem Arsch gezogenen Stocks. Dazu wollen wir Institutionen feiern, die sich getraut haben, etwas lockerer als die Norm zu sein. Schnell wissen anonyme Sprachwächter, was unseriös und inadäquat ist, in der Folge klingen die meisten Unternehmen wie eine Mischung aus Sozialpädagoge und Verfassungsrichter. Gerade im Bereich Social Media bleibt beim devoten Kundenberater-Sprech oft kein Auge trocken (siehe Klopapier-Affäre der Bahn). Umso erfrischender finden wir neuerdings die Kundenansprache der Berliner Verkehrsbetriebe. Wer es schafft, sich von Christopher Lauer ein "geh kacken" einzufangen, kann so viel nicht falsch machen. Hier unsere Lieblingstweets der vergangenen Wochen.

„Weil wir dich lieben“: Die BVG entdeckt den Humor – auf Twitter – Seite 10



Tägliches Monitoring identifiziert relevante Themen im Netz

HAMBURGER MORGEN POST SO 19° MO 20° DI 18° Jobs | Werben | RSS |
HAMBURG UMLAND SPORT NEWS AUSGE
Panorama | Promi & Show | Politik & Wirtschaft | Börse

PANORAMA
Aktuelle Nachrichten zu Ereignissen, Skandalen und Unglücken.
DATUM: 29.4.2015 EMPFEHLEN | DRUCKEN | KONTAKT
E-MAIL TEILEN EMPFEHLEN TWITTERN

HAMBURGER POLIZEI ERMITTELT
Linie S11: Unbekannte mauern S-Bahn-Tür mit Steinen zu

Mit Ylong-Steinen wurde die Tür der S-Bahn zugemauert.
Foto: Bundespolizei

Weil wir dich lieben @BVG_Kampagne · 30. Apr.
Wir Berliner kennen uns mit dem Thema aus.

Liebe Hamburger, wir wissen schon lange: Mauern behindern den Betriebsablauf.

#weilwirdichlieben

RETWEETS 313 FAVORITEN 408

Weil wir dich lieben
Gepostet von Peter Wittkamp [?] · 17. September um 12:26
Ist eigentlich gerade etwas im Internet los? Eher nicht, oder? Daher heute einfach mal nur ein Foto einer Tram.

212.631 erreichte Personen Beitrag bewerten

212.631 Erreichte Personen
5676 „Gefällt mir“-Angaben, Kommentare und geteilte Inhalte

4800	2102	2698
„Gefällt mir“-Angaben	Zu einem Beitrag	Zu geteilten Inhalten
466	190	276
Kommentare	Zu einem Beitrag	Zu geteilten Inhalten
410	376	34
Gesehene Inhalte	Zu einem Beitrag	Zu geteilten Inhalten

18.750 Klicks auf Beiträge

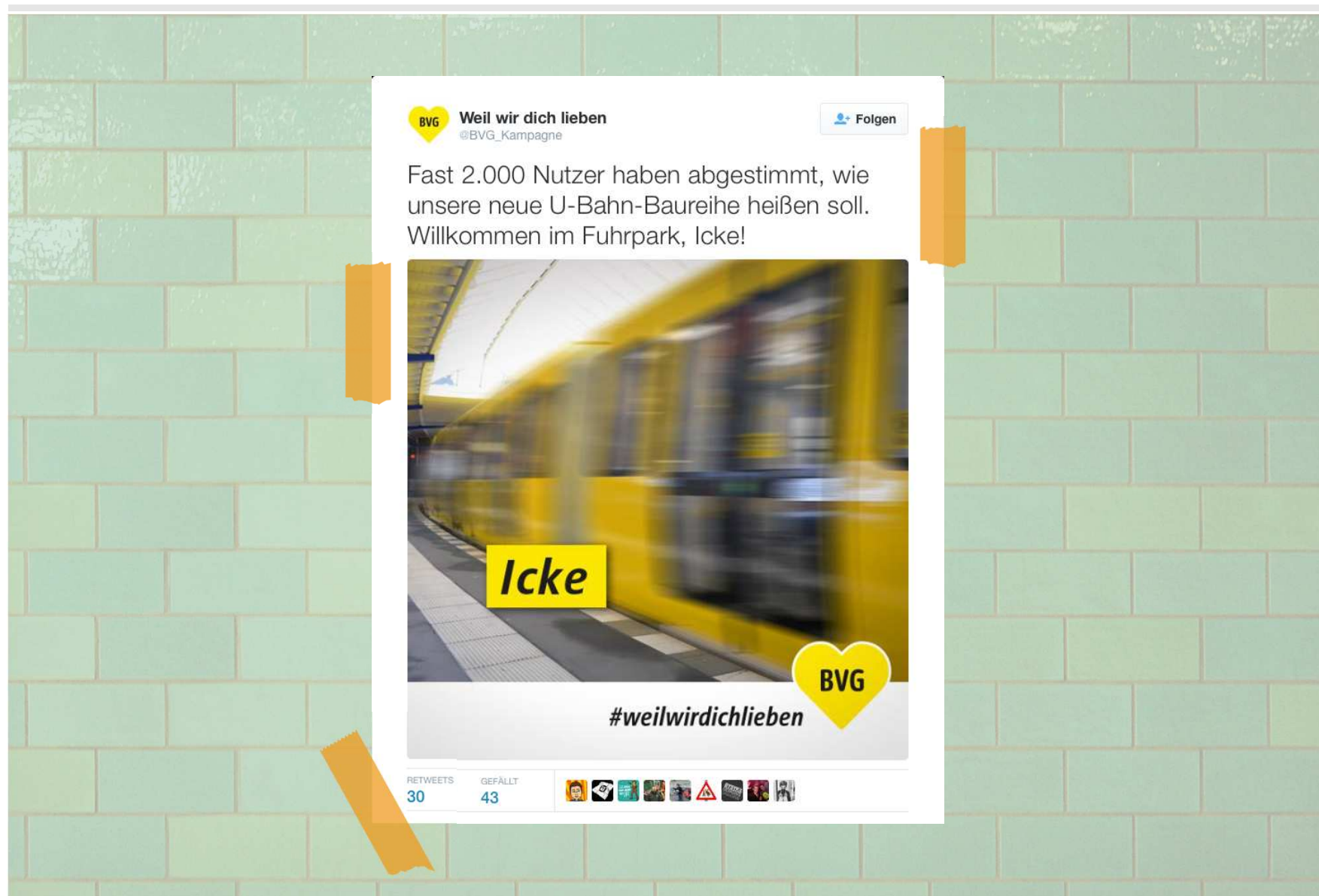
5318	560	12.872
Fotografurte	Klicks auf Links	Andere Klicks

NEGATIVES FEEDBACK

36	6
Beitrag verbergen	Alle Beiträge verbergen
0	1
Als Spam melden	Seite gefällt mir nicht mehr

Weil wir dich lieben @BVG_Kampagne
Unsere neuen Busse in blau und schwarz. #TheDress
pic.twitter.com/AwPal0IJFA

Abstimmungen über Social Media – Wie soll die neue U-Bahn heißen





Crossmediale Informationstiefe.

Schwarzfahrer werden auch immer dreister.

WEIL WIR DICH LIEBEN.

Gesehen in der U6, 16.07.2014.
Ab 01.07.2015 kostet Schwarzfahren 60 Euro.

ACHTUNG KONTROLLE!

#weilwirdichlieben

Mo, 25.05. U2, M2, M27

Di, 26.05. U5, M5, M48

Mi, 27.05. U8, M4, 197

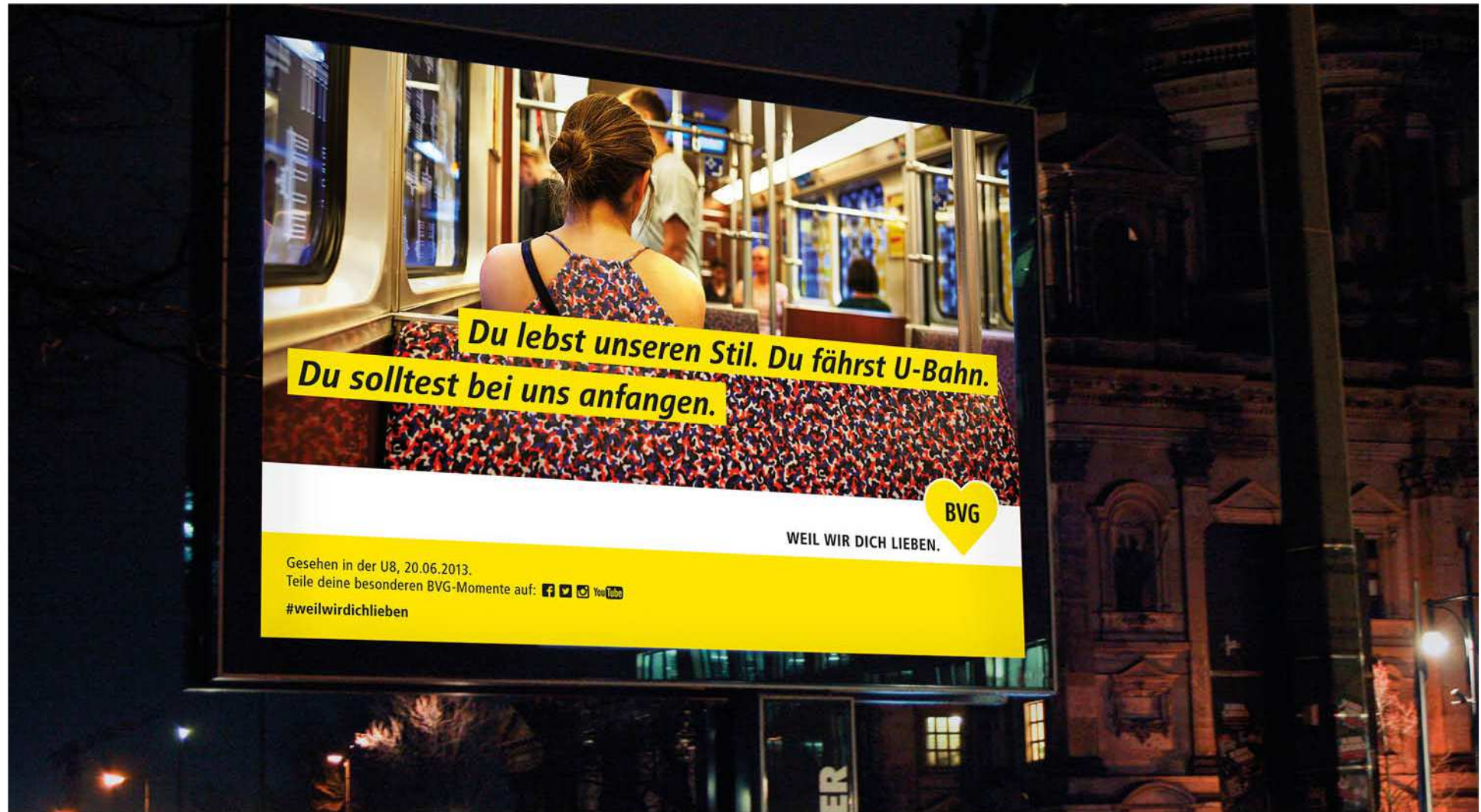
Do, 28.05. U9, X69, 12

Fr, 29.05. U5, M6, TXL

RETWISITS 13 GEFÄLLT 12



Recruiting – im Kampagnenstil.



Logische Konsequenz: Die BVG-Sitzmusterkollektion



Smartphone-Hülle
8,90 €

Kaffeetasse
5,90 €

Badeshorts
19,90 €

BVG.de/Ausgemustert

BVG
WEIL WIR DICH LIEBEN.

**Neugierig auf unsere neue Kollektion?
Geil, dein Outfit hat ja Flecken.**

Konsequente Tonalität – Die Verkaufsförderung.



Nur 6,90 €

Station verpennt?
Kein Problem mit
der Tageskarte der BVG.

WEIL WIR DICH LIEBEN. BVG

Gesehen in der M4, 16.09.2013.
Teile deine besonderen BVG-Momente auf:
#weilwirdichlieben

Bringt dich ans andere Ufer:
die Tageskarte.

Für nur 7€ den ganzen Tag zu den buntesten Ecken der Stadt.

WEIL WIR DICH LIEBEN. BVG

Drei Mexikaner mit 'nem Kontrabass,
zogen sich ein Ticket und spielten sich was.

Zu den besten Konzerten der Stadt und wieder zurück.
Mit der BVG Tageskarte.

WEIL WIR DICH LIEBEN. BVG

Im Ergebnis? Steigerung der Abonnenten.

17'700
MEHR ABOS VERKAUFT

*Spar beim Abo,
nicht am Style.*

ABO sichern und 247 € sparen

ABO

bitakis



„Is mir egal“ – Ein Viral erobert alle Kanäle.





Der Social Media Hit mit größter Reichweite.

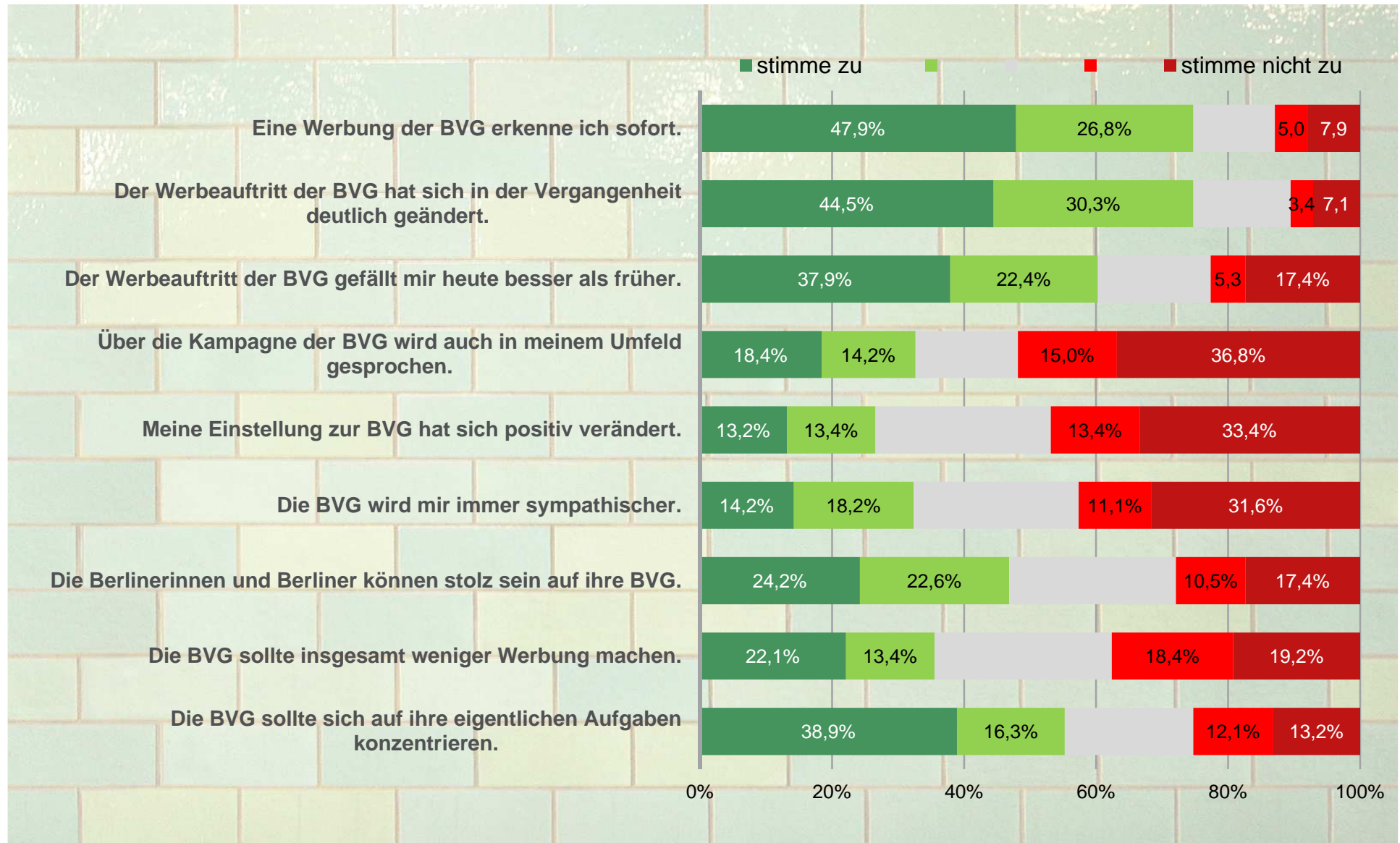




Und dazu Schlagzeilen in den Leitmedien.



Die Veränderung im Werbeauftritt der BVG haben 75% bemerkt – 60% finden ihn besser als früher





Erfolg in Zahlen – Eine Zwischenbilanz.

»Die BVG-Kampagne ist im besten Sinne Berlin.
Sie macht Spaß, ist mutig, ungeahnt kreativ und
nicht zuletzt: auch wirtschaftlich effizient.«
MATTHIAS KOLLATZ-AHNEN, Finanzsenator von Berlin



53.766
FANS

REICHWEITE
70.000
KONTAKTE/TAG



UNTERNEHMENS-
IMAGE 6,5

Year	Score
2014	6,0
0	6,2
TOP	6,5

+17.700
ABO-NEUKUNDEN (Okt–Dez 2015)



ERFOLGREICHSTER TWEET:
598 Favoriten
AFD-PLAKATE

17.600
FOLLOWER



92
GEFÄLLT MIR-
ANGABEN/TAG

#weilwirdichlieben und „Is mir egal“ wurde mehrfach ausgezeichnet



Platz 4 für Deutschlands kreativste Werbung
1x Silber für #weilwirdichlieben
5x Silber für „Is mir egal“
2x Bronze für „Is mir egal“



#weilwirdichlieben
nominiert



#weilwirdichlieben
nominiert



„Is mir egal“
2x Gold
1x Silber
2x Bronze



#weilwirdichlieben
nominiert



„Is mir egal“
2x Bronze



„Is mir egal“
nominiert




Und Ihr Ansprechpartner?


BVG
WEIL WIR DICH LIEBEN.


Berliner Verkehrsbetriebe
Anstalt des öffentlichen Rechts
Holzmarktstraße 15 – 17
10179 Berlin

Dipl.-Kaufmann
Michael Beer
Leiter Bereichsstab

Strategie / Marktforschung
Vertrieb und Marketing
Telefon 030 256-28639
Mobil 0151-27661684
michael.beer@bvg.de

 facebook.com/weilwirdichlieben

 twitter.com/bvg_kampagne

 instagram.com/bvg_weilwirdichlieben