

Medienmitteilung

## Die schönste Job-Perspektive der Welt.

Zürich, 12.02.2023 - **Mit der neuen SBB Employer Branding Kampagne für den Quereinstieg als Lokführer:in können Interessierte schon in den Werbemitteln Arbeitsluft schnuppern.**

Gründe für Unzufriedenheit im eigenen Job sind so individuell wie vielfältig. Bei manchen liegt es an den Vorgesetzten, bei anderen daran, dass sie abends die Arbeit immer mit nach Hause nehmen – und einigen mangelt es an Sinnhaftigkeit. Da hilft manchmal nur noch eine berufliche Veränderung. Abhilfe kann hier der Quereinstieg als Lokführer:in bei der SBB schaffen. Denn der Job bietet nicht nur eine atemberaubende Aussicht entlang den schönsten Bahnstrecken der Schweiz, sondern auch weitere aussichtsreiche Perspektiven im Vergleich zu regulären 9-to-5-Jobs. Diesen Insight nutzt die SBB für ihre neue Rekrutierungskampagne und präsentiert den Quereinstieg als Lokführer:in im doppelten Sinne als die schönste Job-Perspektive der Welt.

Die Kampagne adressiert hierfür häufige Pain-Points im Arbeitsumfeld und positioniert den Beruf Lokführer:in als aussichtsreiche Lösung dieser Probleme. Visuell aufgeladen wird dies durch die Sicht aus dem Führerstand, damit man den künftigen Arbeitsalltag bereits im Werbemittel erleben kann. In interaktiven Bannern kann sogar aus Perspektiven auf drei unterschiedliche Zugstrecken gewählt werden.

Die 360-Grad-Kampagne bedient sich Kanälen wie OOH, DOOH, Railposter, Social Ads sowie diversen interaktiven, digitalen Banner-Formaten. Die Massnahmen werden jeweils regional ausgesteuert, um auf die Ausbildungsklassen an den verschiedenen Standorten aufmerksam zu machen. Als zentrales Kampagnenelement bietet die Landingpage weitere Informationen rund um den Beruf und die Möglichkeit, eine:n Lokführer:in über eine ganze Schicht hinweg (digital) zu begleiten. Nach erfolgreichem Start läuft die Kampagne über mehrere Flights hinweg während dem ganzen Jahr, wobei spezielle Zusatzmassnahmen für besondere Highlights sorgen werden.

**Foto / Videos** zum [Download](#)

### Keyvisual

Bildlegende:

Sujet: Zeit-Tags: Interaktiver Banner für Gelangweilte im Büro, der tagsüber ausgespielt wird.

Sujet Wetter: Interaktiver Mobile Banner, der bei unter 5 Grad ausgespielt wird.

Sujet Zeit-Nachts: Interaktiver Banner, der zwischen 00:00 Uhr und 04:00 Uhr ausgespielt wird.

Sujet Büro: Video-Banner, die häufige Pain-Points im Arbeitsalltag aufgreifen.

Sujet DOOH: Digitale Screens im Bahnhofumfeld.

### Verantwortlich bei der SBB

Corinne Kuhn, Yves Rüegg, Nicole Pongracz, Philippe Hasler, Stefanie Widmer, Stephanie Escher

### Verantwortlich bei Farner Consulting

Philipp Skrabal, Ennio Cadau, Mathias Kröbl, Roger Krage, Camille Zuber

### Verantwortlich bei Shining

Tom Brunner, Chandra Marquart, Damian Derungs, Gian Niggli, Urs Schmid, Pascal Holzer, Lukas Kärcher, Jan Murer, Nicolas Küng, Dominik Nussbaumer, Jingle Jungle, Colin Schmid, Nina Cutkovic, Stefan Bircher

**Verantwortlich bei schönbucher fotografen**

Noë Flum, Maria Schönbucher

**Verantwortlich bei Havas Schweiz Media**

Agron Gjini, Sabrina Podgorny

**Verantwortlich Banner Produktion und Engagement Media:**

Capture Media, SeenThis

**Kontakt**

Philipp Skrabal, Partner & Chief Creative Officer

Tel.: +41 44 266 67 67 | E-Mail: [philipp.skrabal@farner.ch](mailto:philipp.skrabal@farner.ch)

**Team Farner Schweiz**

Team Farner Schweiz ist die ganzheitliche Beratungs- und Kommunikationsplattform mit landesweiter Abdeckung an sieben Standorten. Von Public Affairs über Corporate Communications, Interne & Change Communications, Brand Strategy, Brand Design, Employer Branding bis Marketing Communications (Werbung, Performance & NextGen Marketing, Content Marketing, Video Production, Influencer Marketing) lösen über 300 Talente hochspezialisierte sowie integrierte Kommunikationsaufgaben. 1951 in der Schweiz gegründet, ist die Agentur heute über [Team Farner](https://www.farner.ch) in Europa in vier Märkten aktiv. [www.farner.ch](https://www.farner.ch)