



## Was lehrt uns der traffic-reichste mobile Auftritt der Schweiz

Patrick Comboeuf, SBB  
Jürg Stuker, Namics

Zürich, 28. März 2012

Manchmal studieren wir eine  
gute Idee so lange,  
bis sie zu einer schlechten wird.

Ein Mitglied der GL Personenverkehr,  
welches anonym bleiben möchte

## Agenda

- Wovon ist die Rede?
- Einblick in die Nutzung
- Thesen
- Fragen und Antworten

# Startpunkt

## **[www.sbb.ch](http://www.sbb.ch) / [www.cff.ch](http://www.cff.ch) / [www.ffs.ch](http://www.ffs.ch)**

### **→ Die Website**

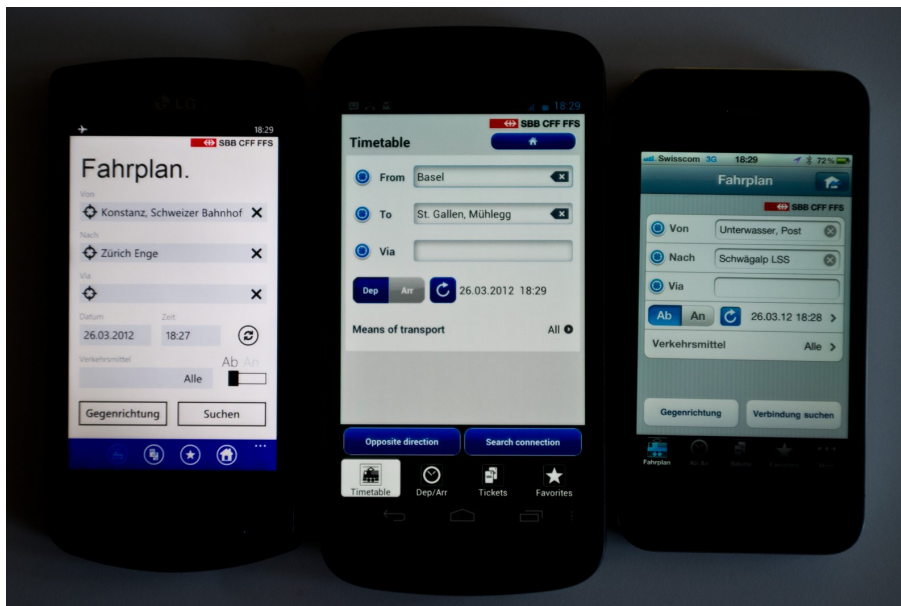
- ist eines der top 10 Webangebote der Schweiz
- macht über Fr. 250 Mio. Umsatz pro Jahr

### **→ Die mobile Website**

- Erfahrung von über 5 Mio. Besuche

## Vor oneSBB

- kein mobiles Angebot auf [www.sbb.ch](http://www.sbb.ch)
  - eine dezentrale Kampagnensite für Mobile
  - SMS Fahrplan (222)
- native Apps für Fahrplan (und Ticket)





*"We have a strategic plan.  
It's called doing things."*

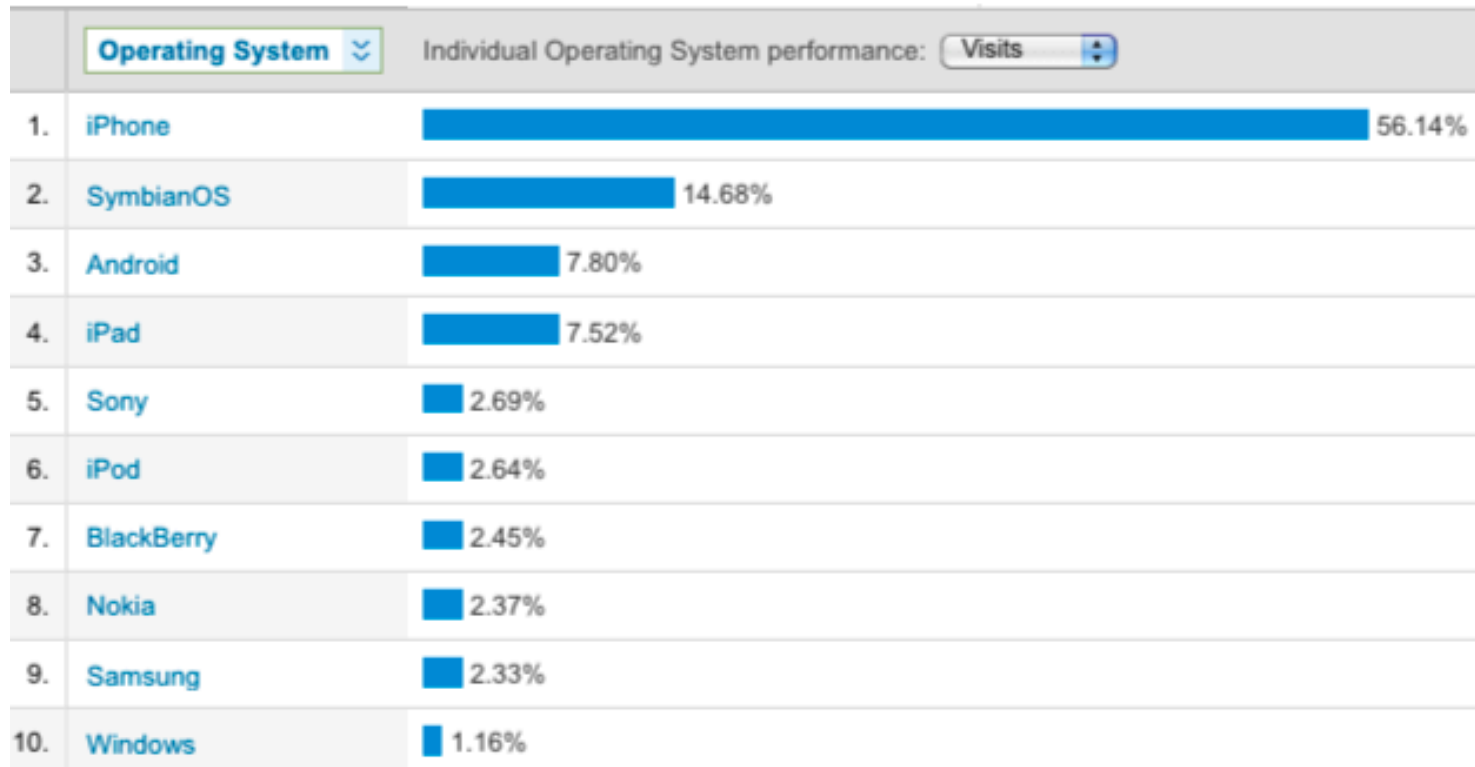
*-Herb Kelleher, Southwest Airlines*

## Der mobile Plan

- Mobile Workshop am 22. September 2010
  - alle internen Anspruchsgruppen an einem Tisch
  - Entscheide werden sofort gefällt
- Zentrale Festlegungen
  - Anzahl der Mobil-Versionen
  - Geräteerkennung
  - Inhaltsmodule je Version
  - Umgang mit Werbung



# Betriebssysteme auf mobile.local.ch (im September 2010)



→ Es wurden nur Browser gemessen die JavaScript ausführen

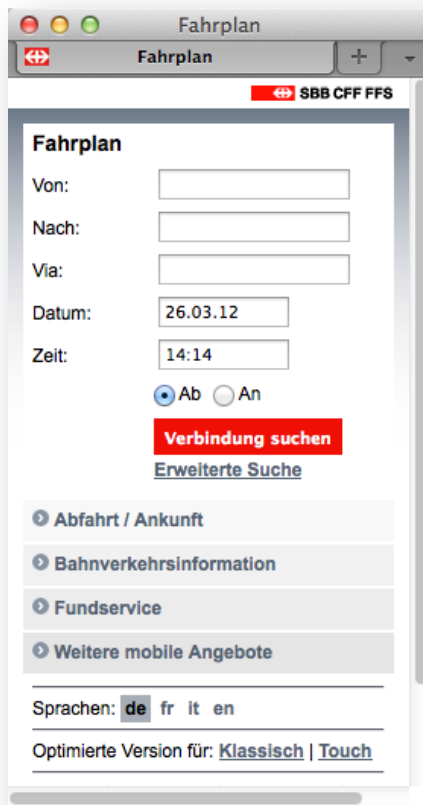
## oneSBB mit zwei mobile Versionen

Bedienung mit  
Tastatur = small  
("Featurephone")

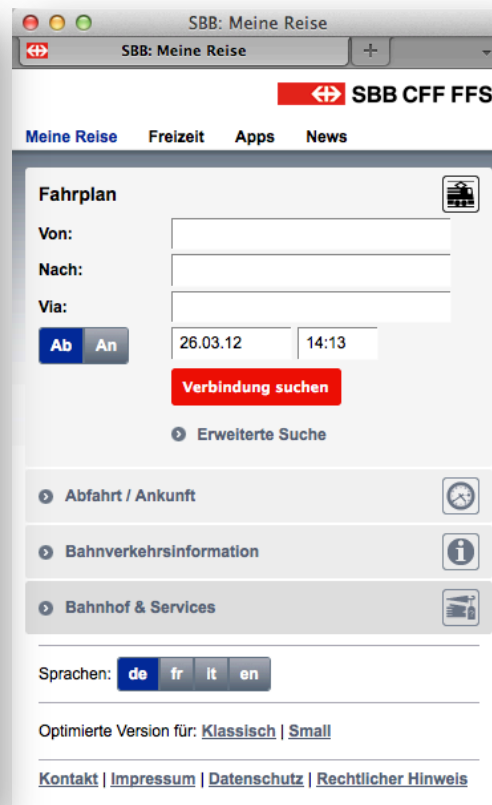
Bedienung mit  
Finger = large  
("Smartphone")

→ Einmalige Geräteerkennung, User kann jederzeit umstellen

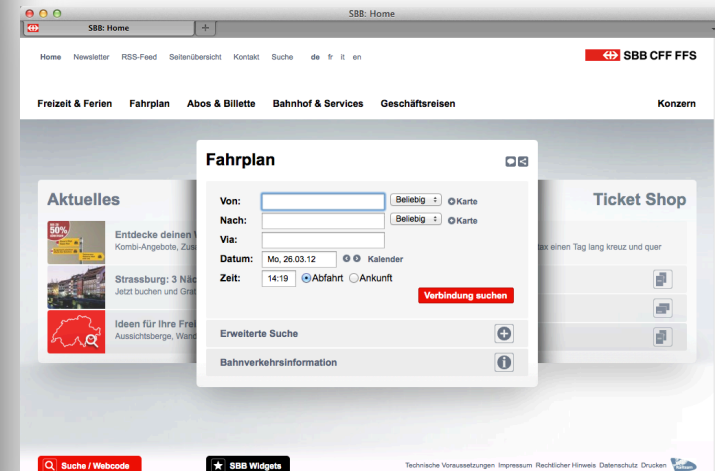
# Tag 1 (Mittwoch, 25. Mai 2011)



small



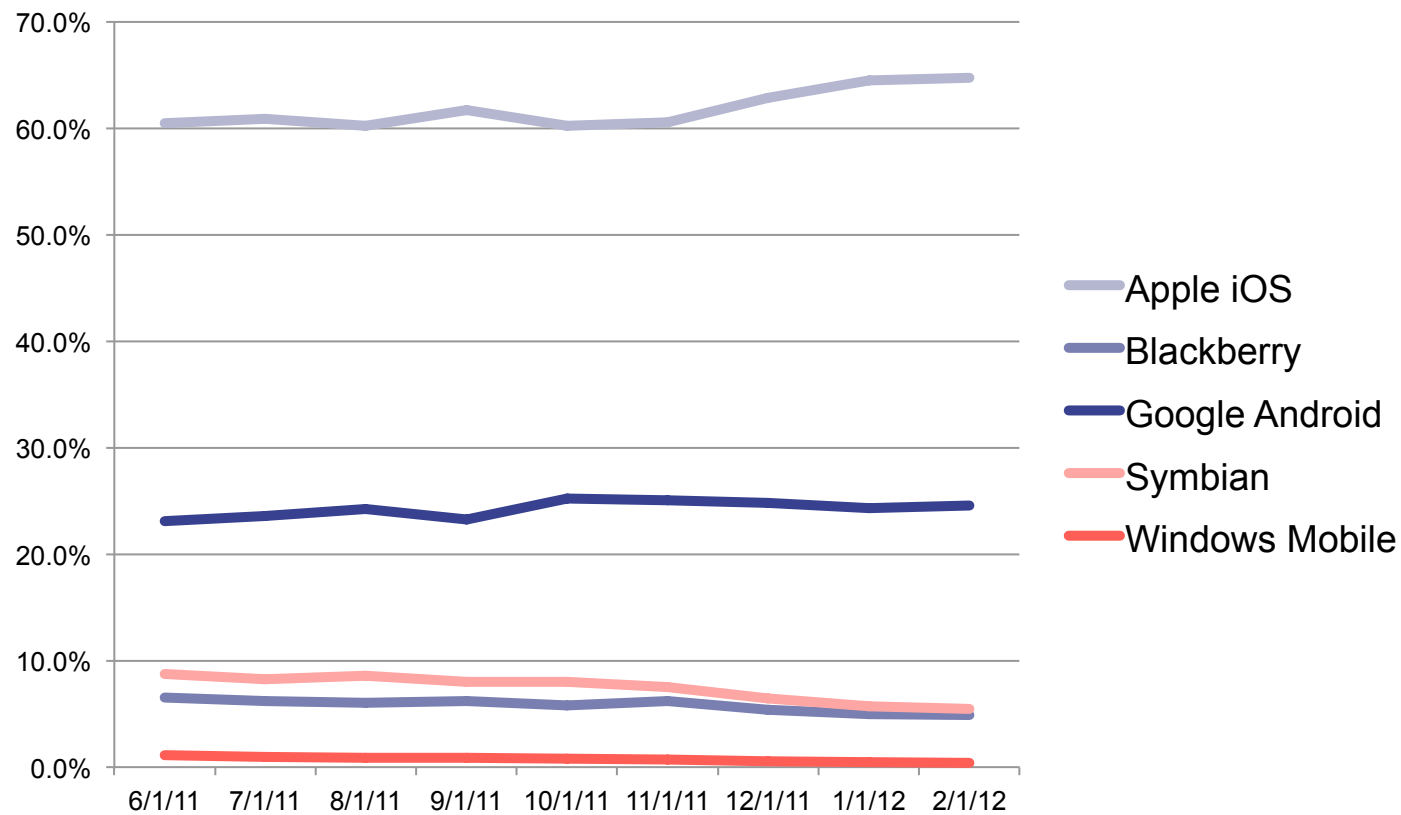
large



Desktop

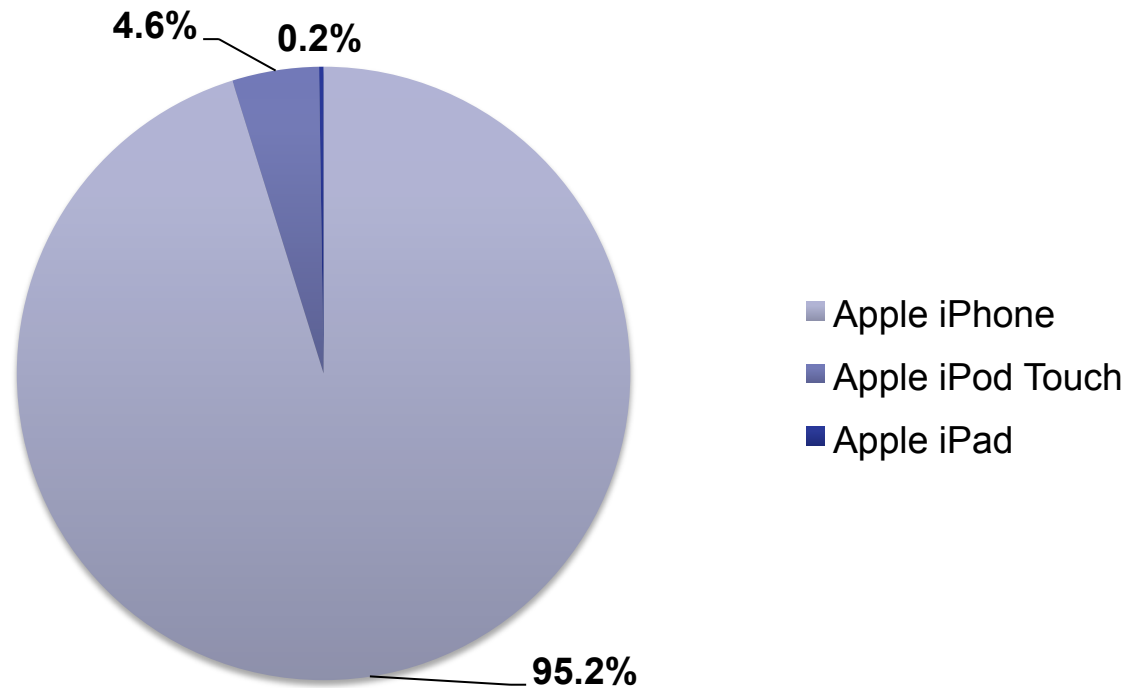
# Einblicke in die Nutzung

# Plattformen: iOS und Andorid verdienen Fokus



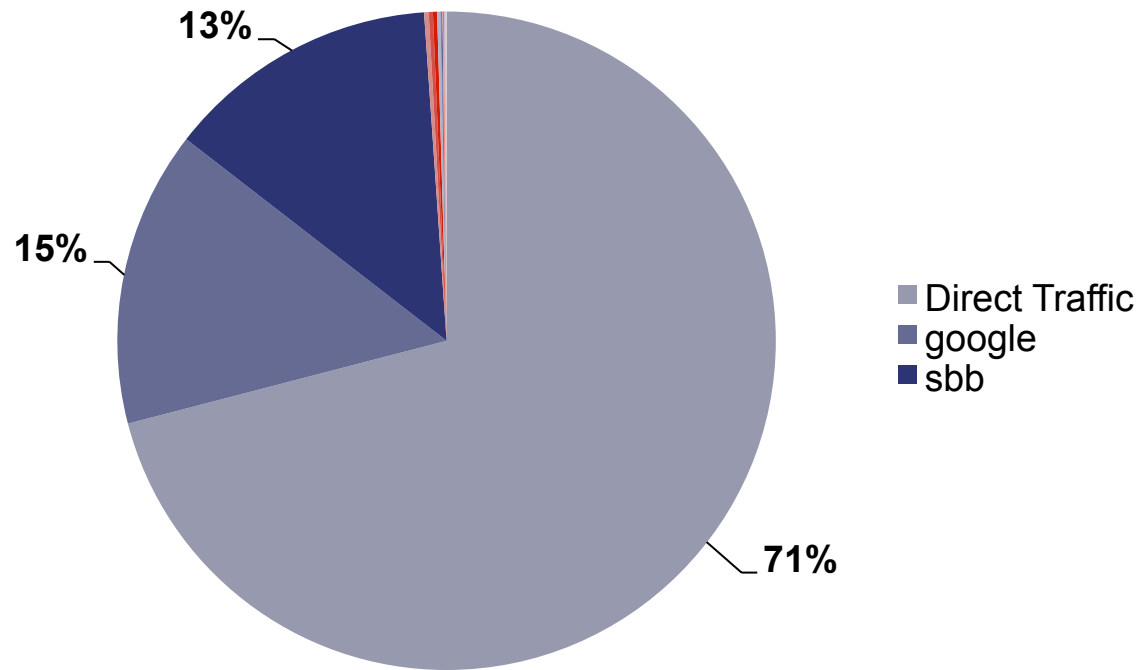
Quelle: sbb.ch; 01.06.2011-29.01.2012; Abfrage am 16.03.2012

# Plattformen: iOS ist fast synonym zu iPhone



Quelle: sbb.ch; 01.06.2011-29.01.2012; Abfrage am 16.03.2012

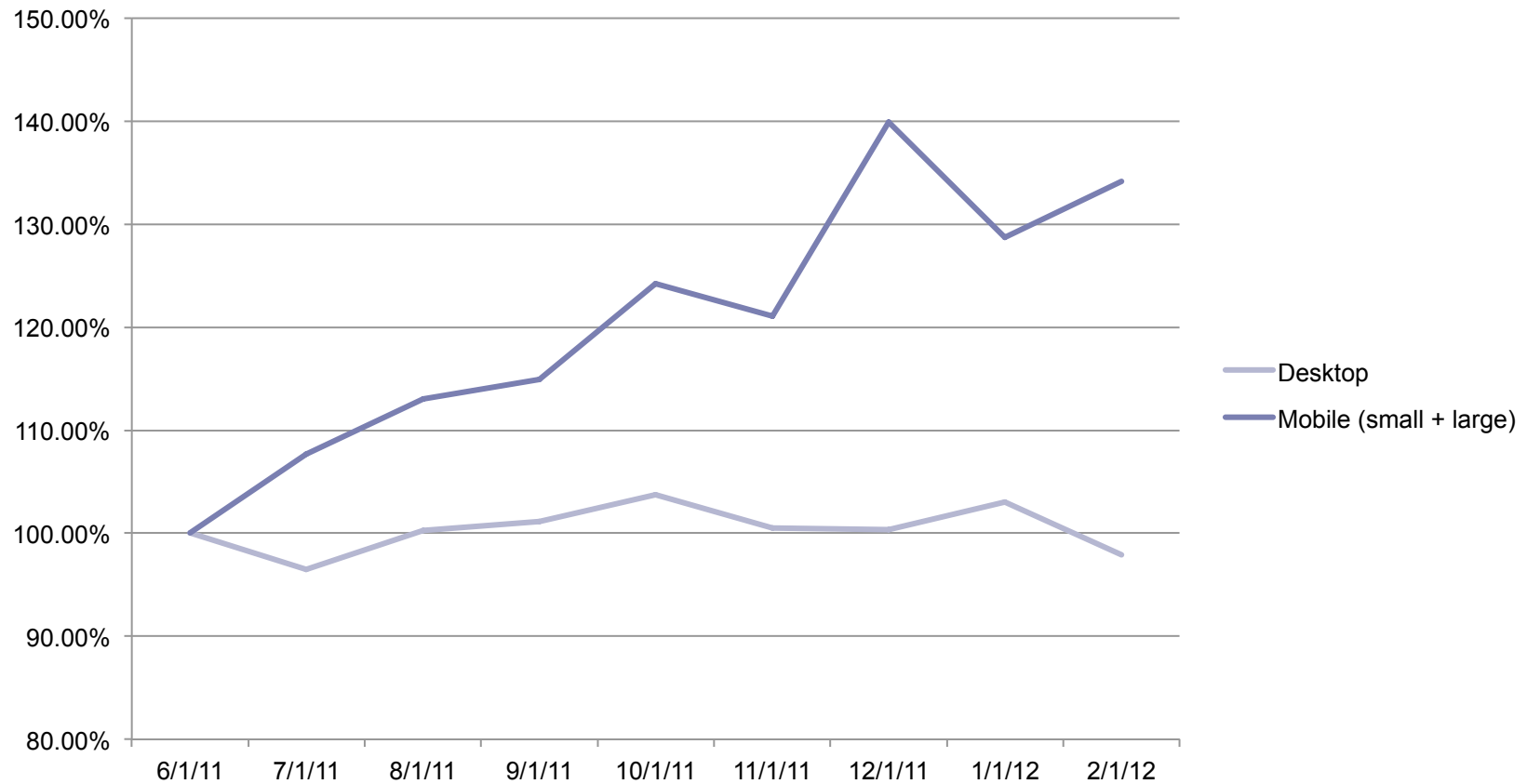
## Google ist häufiger Startpunkt für mobiles Web



Quelle: sbb.ch; 01.06.2011-29.01.2012; Abfrage am 16.03.2012

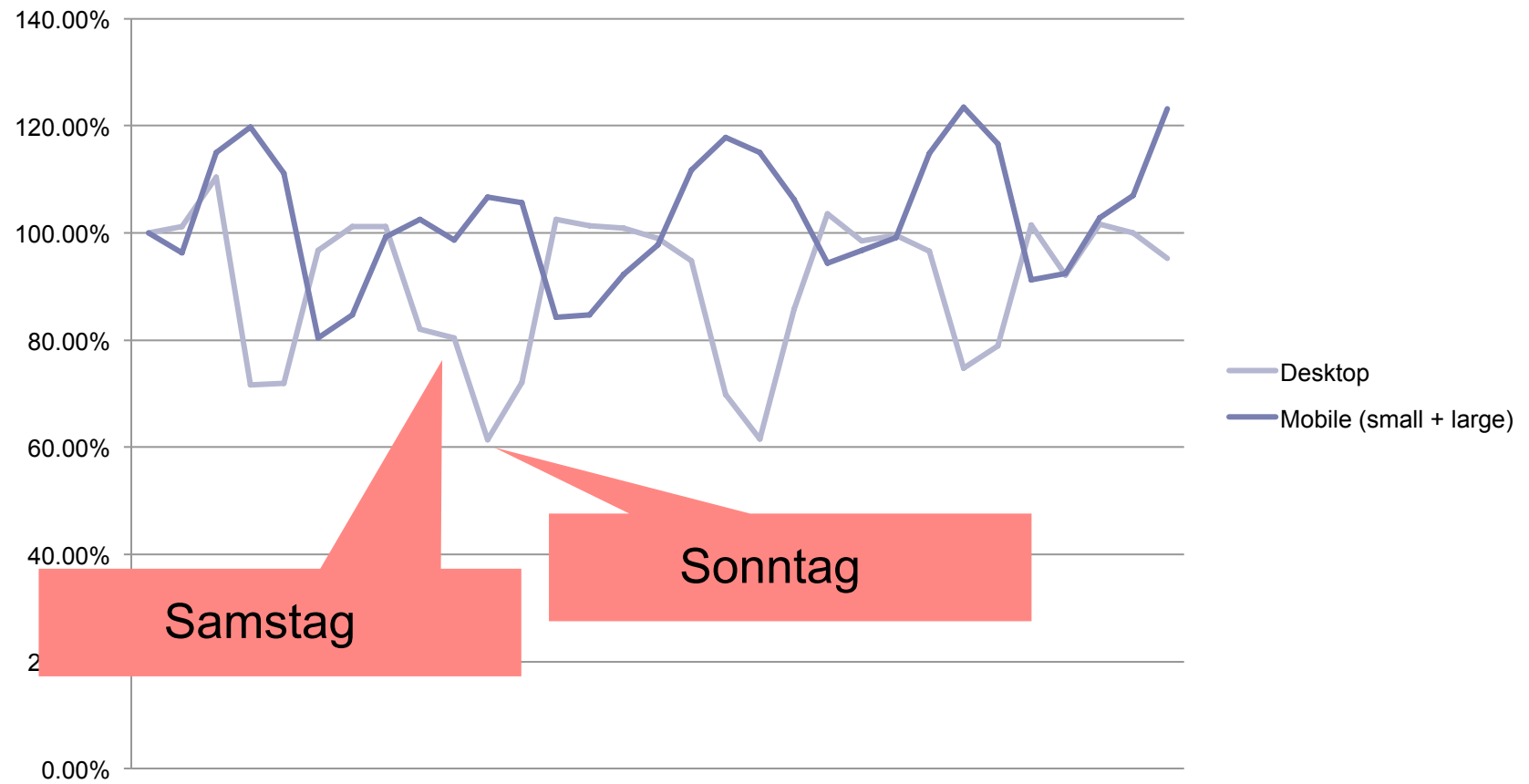


## Mobiles Web in 8 Monaten um fast 40% gewachsen



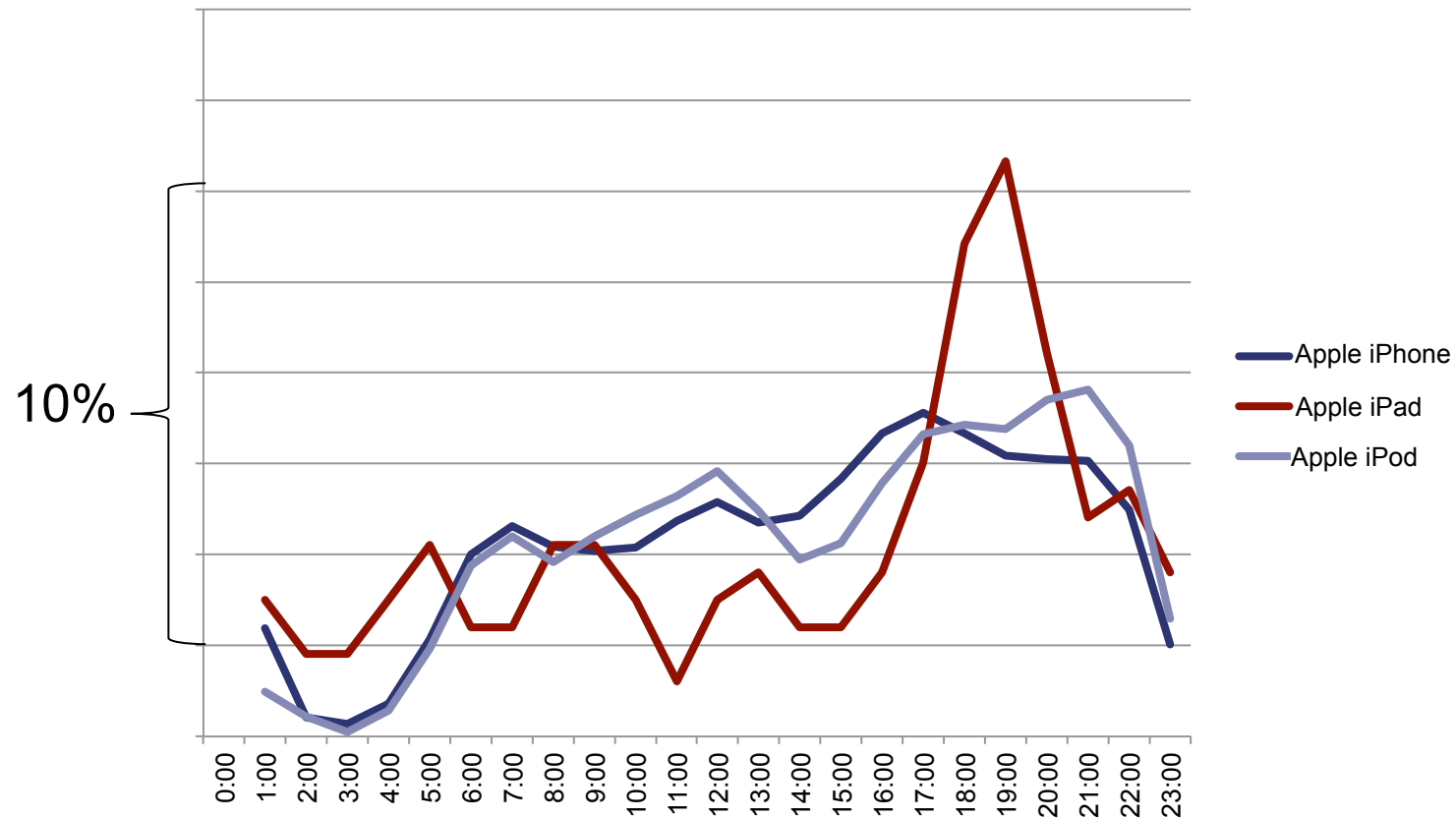
Quelle: sbb.ch; 01.06.2011-29.01.2012; Abfrage am 16.03.2012

# Traffic nach Wochentag



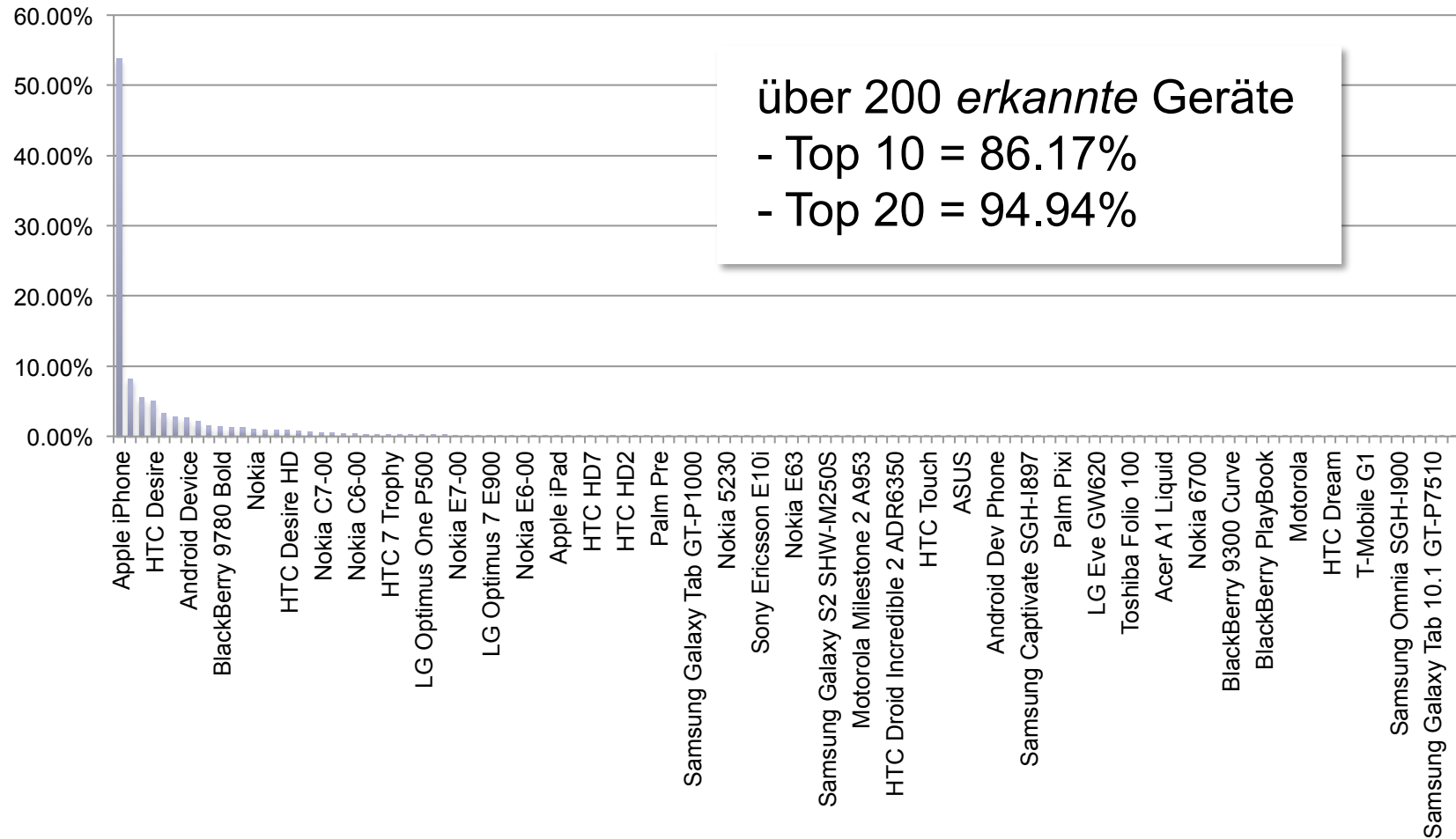
Quelle: sbb.ch; 25.05.2011-25.06.2011; Abfrage am 16.03.2012

# Gerätetypen (nach Tageszeit): iPhone vs iPod vs iPad



Quelle: sbb.ch; 01.02.2011-28.02.2012; Abfrage am 16.03.2012

# Gerätevielfalt



Quelle: sbb.ch; 01.02.2011-28.02.2012; Abfrage am 16.03.2012

# Kommentare / Thesen

## App versus mobiles Web

- Klarer Bedarf einer Koexistenz!
  - mobiles Web wächst mit über 50% p.a.
  - passende Antwort auf Gerätevielfalt
- Beim mobilen Web ist die Google-Suche ein wichtiger “Partner”
  - SEO für mobile Websites

## Plattformen

- iOS hat weiterhin eine beherrschende Stellung
  - Wachstum von Andorid und Windows ist noch nicht sichtbar
  - Blackberry und Symbian ist auf dem absteigenden Ast
- Uns ist es dennoch wichtig Vielfalt anzubieten!
- Testing (und Nachstellen von Kundenanfragen) ist sehr aufwändig da Dutzende von Geräte benötigt werden



## Die Gerätetypen

- Tablets spielen noch eine untergeordnete Rolle
- Mobiles sind (insb. auch) Wochenend- und Abendgeräte
  - Privatnutzung
- iPod hat einen relevanten Anteil
  - WiFi benötigt

# Jean-Baptiste Charcot

Researcher / Explorer, \*1867 in Neuilly-sur-Seine; † 1936 near Iceland



# Danke für Ihre Aufmerksamkeit!

→ [Patrick.Comboeuf@sbb.ch](mailto:Patrick.Comboeuf@sbb.ch)  
[Juerg.Stuker@namics.com](mailto:Juerg.Stuker@namics.com)