



PINKTANK^{CH} Case Study

**Wir begleiten Unternehmen mit
Millionenumsätzen und solche auf dem Weg dazu.**

**Begleitung Alliance SwissPass (ehemals ch-direct)
während eines Jahres**



Der PINK! Prozess ist eine einzigartige Vorgehensweise, mit der Projekte im Unternehmen durch den Playful-Ansatz erfolgreich umgesetzt werden. Der Prozess garantiert eine umfassende Bearbeitung von der Identifikation der Herausforderung bis zur Implementierung konkreter Massnahmen. **Übergeordnet über alle Prozessschritte wird mit dem Playful-Ansatz gearbeitet.** Der Playful-Ansatz integriert spielerische Methoden und Tools in den Arbeitsalltag und garantiert damit das schnelle, kreative und agile Bearbeiten von Lösungsansätzen. Dies bedeutet, aus der Resignation in die Freude und das Tun zu finden.

Mit dem Playful-Ansatz gelang es der Branchenorganisation Alliance SwissPass **schnell zu erkennen, dass in einem ersten Schritt die interne Kommunikation benötigt** wird, bevor extern kommuniziert werden kann. Weiter konnte dank dem Einsatz spielerischer Methoden und Tools die gedankliche Assoziation zwischen SwissPass und SBB aufgebrochen werden, um folglich die Transformation zu starten.

Alliance SwissPass – Digitalisierung im öffentlichen Verkehr initialisieren

Alliance SwissPass ist die Branchenorganisation des öffentlichen Verkehrs, die sich für harmonisierte und wirtschaftliche Tarifbestimmungen, moderne und attraktive Vertriebslösungen sowie kundenorientierte Sortimente und Informationssysteme engagiert.

Alliance SwissPass nahm Kontakt zu PINKTANK auf, denn die Organisation suchte eine Lösung, um ihren Kunden das neue Strategieprogramm öV-Ticket 2020 und die damit einhergehende Digitalisierung erklären zu können. Parallel zu diesem Projekt entwickelte eine externe Brandingagentur ein neues Naming. So wurde aus ch-direct Alliance SwissPass.

Nach den ersten Gesprächen war für PINKTANK schnell klar, dass Alliance SwissPass erst einmal **einen gemeinsamen Nenner für den neuen Branchenverband benötigte**. Erst danach kann sich das Unternehmen damit auseinandersetzen, was es gegen innen und aussen kommunizieren will.

PINKTANK durfte Alliance SwissPass während eines Jahres in der **Zusammenführung der Verbands- und Kundenkommunikation** und der Entwicklung eines Dachbildes begleiten. Die vorliegende Case Study zeigt die Anwendung des PINK! Prozesses bei Alliance SwissPass.

Ablauf der Transformation mit dem PINK! Prozess

Zusammenführung Verbände

- Zusammenführung Interessen der Verbände
- Aufbau übergeordnete Kommunikation
- Gemeinsame Identifikation für Branchenverband «Alliance SwissPass»



Corporate DNA

- Corporate DNA zur Identifikation
- SwissPass kleinster gemeinsamer Nenner
- SwissPass-Welt umfasst mehr als nur die SwissPass-Karte
- Herausforderung: starke Assoziation zwischen SBB und SwissPass

Story

- Gesamte Mobilität in den Fokus rücken
- Ziel: SwissPass-Welt verbinden
- Storyline «Nathloser Zugang»
- Dachbild SwissPass in Form von Platine
- Story stellte Basis für externe Kommunikation dar



Interne Kommunikation

- Story in Büroräumlichkeiten sichtbar machen
- Übernahme des Dachbildes im CI/CD-Manual der Alliance SwissPass
- Übergabe Projekt für externe Kommunikation an SBB



Achtung, fertig, los!

|<---Beratung und Coaching--->|<---Agenturleistung--->|<---Training--->|

Probleme und Herausforderungen

In einem ersten Schritt traf sich das Kernteam von Alliance SwissPass mit PINKTANK für ein Kick-off. Ziel war es, eine gemeinsame Basis zu schaffen, um eine erfolgreiche externe Kommunikation aufzubauen. Rasch erkannte das Kernteam, dass sie zuerst intern in der Branchenorganisation eine Story brauchten, die alle Verbände und Transportunternehmen unterstütze. Bisher hatte jeder Verbund sein eigenes Kommunikationskonzept. Um jedoch zukünftig einheitlich aufzutreten, benötigt die Branchenorganisation eine **einheitliche Identifikation**, die übergeordnet agiert. Vorgängig sollte deshalb zuerst die interne Kommunikation erarbeitet werden, statt direkt Kunden zu informieren.

Im Kick-off wurden folgende Handlungsfelder erkannt:

- Übergeordnete interne Kommunikation für Branchenorganisation
- Corporate DNA zur Identifikation eines gemeinsamen Nenners
- Neue Story für interne Kommunikation und als Basis für externe Kommunikation



|<---Beratung und Coaching--->|<---Agenturleistung--->|<---Training--->|

Identifikation

In einem nächsten Schritt wurden in einem Playful Workshop mit dem Kernteam verschiedene mögliche Ansätze erarbeitet, die sich als **übergeordnete Storyline** eignen konnten. Ein Vorschlag fand bei allen Vertretern besonders grossen Anklang: Die SwissPass-Welt.

Der SwissPass (Karte) wie auch das damit zusammenhängende Dienstleistungspaket stand als Ausgangspunkt für die notwendige Digitalisierung im öffentlichen Verkehr und wurde deshalb als «kleinster gemeinsamer Nenner» identifiziert. Sowohl Alliance SwissPass wie auch die Verbände hatten ein Interesse daran, die Weiterentwicklung der SwissPass-Welt voranzutreiben. Das Ziel wurde erreicht: Das Kernteam fand eine **gemeinsame Identität** in Form der SwissPass-Welt.

Diesem Thema wohnte jedoch zugleich eine andere Herausforderung inne: Die SwissPass-Welt war in der Branche und in den Köpfen vieler Nutzer des öffentlichen Verkehrs eng mit der SBB verknüpft.





|<---Beratung und Coaching--->|<---Agenturleistung--->|<---Training--->|

Neues Denken

Um dieses Muster (die gedankliche Assoziation der SwissPass-Welt mit der SBB) aufzubrechen und die Transformation zu starten, wurde drei Monate später ein weiterer Playful Workshop durchgeführt und der zuvor ermittelte Storykern auf den Prüfstand gestellt. Dazu wurde das Kernteam von Alliance SwissPass um einige SwissPass-Verantwortliche aus den Verbänden und der SBB auf 15 Teilnehmende erweitert. In ihren Funktionen als IT-, Marketing-, Technologie-, Betrieb- und Kundendatenstammbetreuung brachten sie weiteres Know-how und Perspektiven in die Entwicklung ein.

Nach der intensiven Auseinandersetzung mit der SwissPass-Welt, **verschiedenen Playful Aufgaben und Perspektivenwechseln** kamen die Teilnehmenden zur Bestätigung der gemeinsamen Identität: Das Produkt selbst (die rote SwissPass-Karte) ist für einen Storykern zu klein, zu wenig umfassend, zu eng gedacht. Sie ist nur ein Zugangsmedium und in den Köpfen der Kunden als solches zur öV-Nutzung verankert. Da die neue Vision aber darauf abzielte, nicht nur Zugang zum öV, sondern zur gesamten Mobilität (auch zu Skiliften, Konzerttickets u. Ä.) zu gewährleisten, musste auch nicht die SwissPass-Karte selbst, sondern die **ganze SwissPass-Welt in den Fokus rücken und mit Inhalten gefüllt werden.**

|<---Beratung und Coaching--->|<---Agenturleistung--->|<---Training--->|

Kreativ Boost

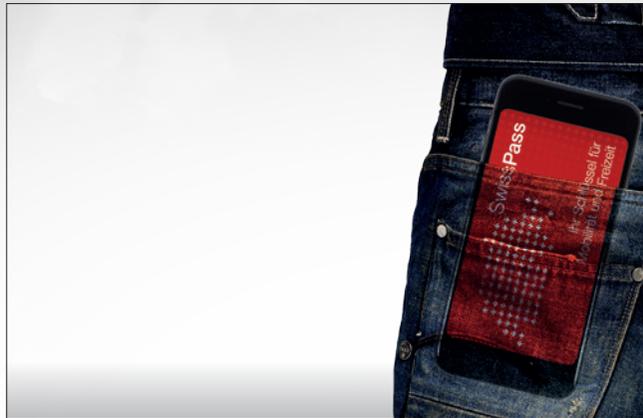
Um **die SwissPass-Welt zu verbildlichen, sie greif- und fassbar zu machen, sollten nun entsprechende visuelle Storylines entwickelt** werden. Im Fokus stand der grenzenlose Zugang. Es geht nicht nur um das Reisen, sondern um den einfachen Zugang zu Mobilität, Freizeit und Dienstleistungen. Mit den gesammelten Erkenntnissen der Playful Workshops machte sich PINKTANK (in ihrer Rolle als Agentur) daran, verschiedene visuelle Storylines zu erstellen. Vorschläge und Möglichkeiten wurden entwickelt, wie die SwissPass-Welt nach innen (Branche) und aussen (SwissPass-Nutzer, also Endkunde) dargestellt werden konnte.

Der Entscheid der Beteiligten fiel auf die Storyline «Nahtloser Zugang». Das interne Dachbild stellt den SwissPass in Form einer Platine dar, **um den Wiedererkennungswert zu gewährleisten.** Zudem verdeutlicht dieses Bild die Transformation des Analogens ins Digitale sowie die Vernetzung der Verbände und Transportunternehmen untereinander. Alle sind ein Teil der SwissPass-Welt.

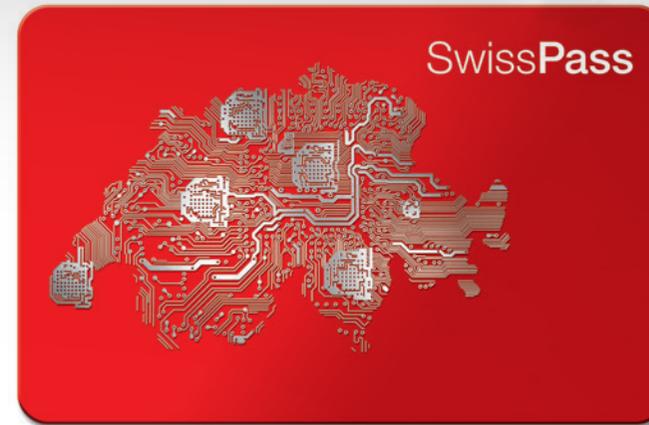
Die neue Story, deren Logik und Flexibilität fand ausnahmslos grossen Anklang:

- Die Story dient sowohl intern als Dachbild (DNA)
- Als auch extern als Kundenkommunikation (Kampagne)





Externe Kommunikation



Interne Kommunikation

|<---Beratung und Coaching--->|<---Agenturleistung--->|<---Training--->|



Erfolgreiches Implementieren

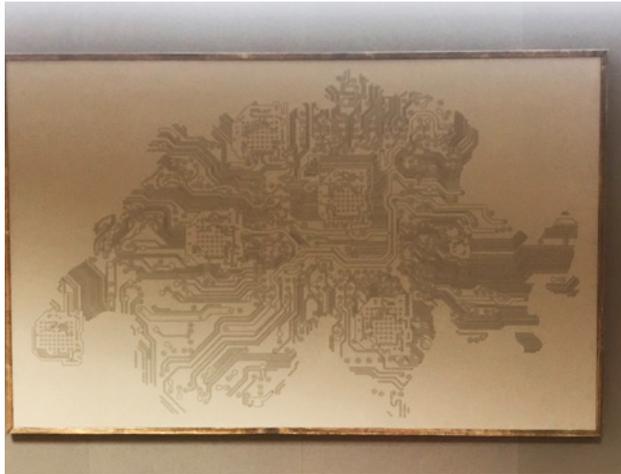
Nachdem die Platine als Story für die interne Kommunikation entwickelt war, wurde das erste Implementierungsprojekt gestartet: **Die neue SwissPass-Welt auch in den Büroräumlichkeiten sichtbar machen.** Die Herausforderung bestand also darin, ein zur Story passendes Raum- und Einrichtungskonzept für die neue Geschäftsstelle von Alliance SwissPass zu entwickeln und umzusetzen. So entstand in zwei Monaten in Zusammenarbeit mit einem Innenarchitekturbüro ein Raumkonzept, das sich durch folgende Elemente auszeichnete:

- Die Farbe Rot kommt immer wieder zum Einsatz
- Räume sind durch Seile abgetrennt (Stichwort Vernetzung)
- Grosse Screens verkörpern die Digitalisierung
- Computerplatinen aus verschiedenen Materialien spielen die Wände

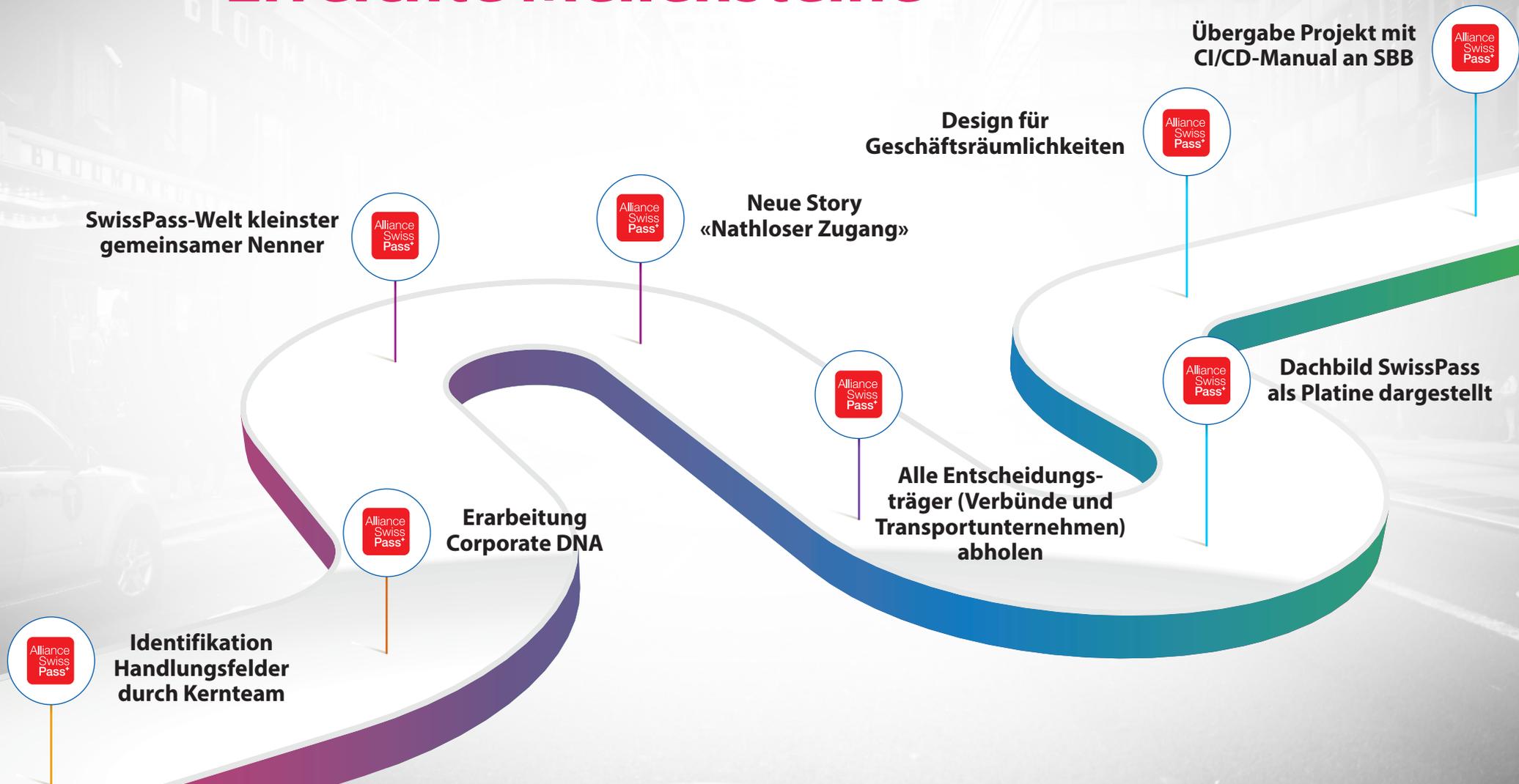
Die Verschmelzung des Storykerns mit den physischen Elementen im Raumkonzept der Geschäftsstelle machte die SwissPass-Welt für alle Teams und Besucher sicht- und erlebbar. Die Menschen konnten sich so leichter mit der neuen DNA identifizieren.

Das Dachbild wurde zum Abschluss des Projektes ins bestehende CI/CD-Manual der Alliance SwissPass integriert.

Da der SwissPass (insbesondere die entsprechenden Marketing- und Kommunikationsmassnahmen) im Mandat der SBB betreut wurde, war die SBB Kommunikationsabteilung für die Implementierung der externen Kundenkampagne zuständig. Als Abschluss des Projektes wurden die erarbeiteten Unterlagen (Guidelines, Gestaltungsvorschläge, Konzepte, Ideen u. Ä.) an die SBB übergeben.



Zusammenfassung: Erreichte Meilensteine



Über PINKTANK

GESCHÄFTSLEITUNGSENTWICKLUNG MIT DEM PINK! PROZESS

Alliance SwissPass ist nur eines von vielen Unternehmen, das zusammen mit PINKTANK Erfolge feiern konnte. In den letzten Jahren haben wir über **100 Unternehmen aus 20 verschiedenen Branchen** begleitet.

Unter der Dachmarke PINKTANK unterstützten wir Unternehmen beim Umgang mit vielseitigen Veränderungen im unternehmerischen Kontext. Dank langjähriger Erfahrung bieten wir ein breites Themenspektrum an. Wir sind spezialisiert auf die Themen Sinnhaftigkeit, Kommunikation,

New Work, Hierarchiefreiheit, Generation Gap, Kulturwandel, Intrapreneurship, Talentförderung und Zusammenarbeit im Team.

Für eine erfolgreiche Unternehmenszukunft sind eine klare Differenzierung und ein einheitliches Verständnis gefragt. Wir bieten mit **Coaching/Beratung, Agenturleistungen und Trainings/Workshops** individuelle und umfassende Lösungen für unternehmerische Herausforderungen.

Feedback von ch-direct/Alliance SwissPass



Was Cordelia und ihr Team an Kreativität und Fachkompetenz zu bieten haben, hat uns begeistert. Wir haben als Ergebnis unseres Auftrags für das Erarbeiten einer Storyline etwas zurückerhalten, das wir nicht erwartet hätten; etwas an sich Einfaches, aber gleichwohl Geniales: Es war präzise das, was wir für unser Projekt brauchten – also genau das Richtige. Toll gemacht, vielen Dank!

Markus Thut, Co-Geschäftsführer ch-direct