



SBB CFF FFS

Der SBB
Sprachleitfaden
für Profis.



Den SBB Sprachleitfaden für Profis finden Sie im öffentlich zugänglichen Markenportal unter sbb.ch/marke und im Intranet unter [→ Sprachleitfaden](#).

Schreiben im Namen der SBB.

Lieber Schreibprofi

3

Die SBB und ihre Mitarbeitenden setzen sich täglich dafür ein, dass 967 000¹ Reisende sicher, pünktlich und komfortabel ihr Ziel erreichen, dass 175 000¹ Tonnen Güter vom Auftraggeber zu den Kunden gelangen, und dass die Bevölkerung im Bahnhof das Wichtigste für den täglichen Bedarf findet. Jeden Tag arbeiten Menschen dafür, dass sich Menschen gut aufgehoben fühlen und jederzeit gut ankommen. Und sich unterwegs zuhause fühlen.

Das gilt im erweiterten Sinne ebenfalls für Leserinnen und Leser von Informationen, Werbung oder PR: Auch sie sollen sich während des Lesens gut aufgehoben fühlen und gut ankommen. Aus diesem Grunde haben wir das Sprachleitbild für Profis entwickelt. Es richtet sich an Sie: an Kommunikatoren, Texterinnen, Journalisten und Übersetzer, die sich im Namen der SBB an die Leserschaft wenden. Es konkretisiert, wie Sie in unserer Kommunikation über die Dimensionen Menschlichkeit, Komfort und Erlebnis das Gefühl von «unterwegs zuhause sein» wecken können.

Wir wünschen Ihnen viel Freude und Erfolg beim Schreiben.



Kathrin Amacker
Leiterin Kommunikation



Ruedi Blankschön
Leiter Markenführung /-Erlebnis

¹Stand: 2012

Zuerst: Der Mensch steht im Zentrum.

4

Den Menschen ins Zentrum zu stellen heisst, auf die Bedürfnisse der Leserschaft einzugehen und ihre Erwartungen zu erfüllen. Während des Schreibens und Redigierens halten Sie sich deshalb die Leserinnen und Leser Ihres Textes vor Augen.

Um die Leserinnen und Leser für unsere Anliegen zu gewinnen, ist es wichtig, dass Sie die Basisregeln und Gepflogenheiten jedes Mediums beachten. Sie richten Ihre Texte auf den Kanal aus, über den er transportiert wird und bringen die Dimensionen Menschlichkeit, Komfort und Erlebnis den Umständen entsprechend zum Ausdruck.

Konkret heisst dies, dass Sie beispielsweise beim Verfassen von Medienmitteilungen einen eher neutralen Standpunkt einnehmen, beim Werbeprospekt einen emotionalen. Beide Male stehen die Menschen im Zentrum, die Ausgangspunkt für Ihre Formulierungen sind.

Es bedeutet auch, dass Sie in einer Aktion, die im Internet publiziert wird, den Leser direkt zum Handeln auffordern. In einer Broschüre zu PR-Zwecken dagegen kaum.

Was üblich ist und den Erwartungen der Leserin, des Lesers entspricht, wissen Sie als professionelle Texterin, als Profi-Journalist und als Übersetzerin. Unabhängig vom Rahmen, in dem Sie schreiben, wecken Sie über die Dimensionen Menschlichkeit, Komfort und Erlebnis bei der Leserin und beim Leser das Gefühl «unterwegs zuhause» zu sein.

Nachhaltig und zukunftsorientiert.

Die soziale, wirtschaftliche und ökologische Nachhaltigkeit liegt uns am Herzen. Die SBB ist ein selbstbewusstes, modernes und zukunftsweisendes Unternehmen. Für die künftigen Generationen bauen wir aktiv an der Zukunft unseres Landes mit.

Die Themen «Nachhaltigkeit» und «Zukunftsfähigkeit» sind wichtige Pfeiler in unserer Kommunikationsarbeit.

Menschlichkeit.

5

Der Mensch steht im Zentrum, die Sache steht hinten an. Wenn Sie für die SBB Texte verfassen, stellen Sie sich folgende Fragen: Welche Auswirkungen hat das Geschriebene auf meine Leserin, meinen Leser? Was bringt das, was ich gerade zu vermitteln versuche, der Kundin, dem Kunden? Braucht die Kundschaft diese Information überhaupt?

Dabei pflegen Sie einen soliden Sprachstil ohne Extravaganzen. Sie vermeiden abgehobene Konstruktionen, interne bzw. nicht allgemein verständliche Bezeichnungen, technische Ausdrücke und Abkürzungen, Amtsdeutsch oder Marketingjargon.

Die richtige Wortwahl signalisiert Respekt, Verständnis und Wertschätzung. Sie verwenden eine stilistisch bewusste Sprache, die beiden Geschlechtern gerecht wird, und Sie achten darauf, dass der Ton einem persönlichen Gespräch entspricht. Das heisst nicht, dass Sie sich anbietern oder unsere Leser bevormunden. Sie passen Ihre Kommunikationsweise der Situation und dem Gegenüber an und suchen die richtige Distanz und Nähe. Wenn es der Text erlaubt, dann schreiben Sie in der «Wir-Form».

Konkret.

Perspektive übernehmen.

Versetzen Sie sich in die Situation der angesprochenen Personen und übernehmen Sie ihre Perspektive. Sobald Sie diese Sichtweise angenommen haben, werden Sie den Nutzen und Mehrwert unserer Kommunikation entdecken und vermitteln können.

Direkte Ansprache.

Falls Sie eine Person direkt ansprechen, schreiben Sie die Person auch in der Einzahl an («Liebe Leserin, lieber Leser»). Zum Beispiel so: «Reservieren Sie Ihr Velo online unter [sbb.ch/mietvelo](https://www.sbb.ch/mietvelo) oder gleich am Schalter beim Kauf eines SBB RailAway-Kombis.»

Wenig Superlative und kein Eigenlob.

Ausdrücke wie Rekord oder Sensation lassen sich kaum noch steigern. Superlative und penetrantes Eigenlob wirken unsympathisch und unglaubwürdig. Dennoch ist es erlaubt, Tatsachen als solche zu benennen: Die SBB ist das grösste Schweizer Transportunternehmen.

Menschen zum Subjekt machen.

Indem Sie Menschen zum Subjekt machen, rücken Sie sie in den Mittelpunkt des Interesses. Die Platzierung des Subjekts am Anfang des Satzes verstärkt den Effekt. Zum Beispiel so: «Reisende steigen am Bahnhof Gümligen künftig bequemer ein und aus: Denn die SBB erhöht das Perron zwischen den Gleisen 2 und 3 um einen halben Meter.»

Wenig Adjektive.

Viele Adjektive sind überflüssig oder wichtigtuerisch. Lassen Sie sie im Zweifelsfall weg.

Check: Menschlichkeit.

- Ist mein Text optimal auf die Bedürfnisse und Erwartungen der Leserin, des Lesers ausgerichtet?
- Versteht die Leserin, der Leser meine Sprache?
Nehme ich die Anliegen ernst? Bin ich nahe, aber nicht aufdringlich?
- Sind die Menschen, die ich beschreibe, mit Wertschätzung dargestellt?
Sind sie authentisch?

Komfort.

7

Einfachheit und Verlässlichkeit: Diese elementaren Stärken des Systems SBB machen den Komfort aus. Nehmen Sie sich vor, in Ihren Texten einfach und verlässlich zu bleiben. Was einfach und verlässlich ist, wirkt schnell vertraut. So, dass sich die Leserin und der Leser bei der SBB unterwegs zuhause fühlt.

Verwenden Sie einen klaren, übersichtlichen Satzbau und den verständlichsten Ausdruck, das kürzeste Wort, den treffendsten Vergleich. Vermeiden Sie Substantivierungen, sie sind schwerfällig. Verwenden Sie stattdessen Verben – sie machen den Text lebendig.

Komfort ist auch eine Sache des Inhalts: Menschen wollen nicht in erster Linie wissen, wie etwas funktioniert, sondern wie es ihnen den Alltag erleichtert. Kommunizieren Sie den Nutzen und stellen Sie die Technik in den Hintergrund.

Konkret.

Kürze.

Texte sollen schon beim ersten Lesen verstanden werden. Schreiben Sie daher kurze, klare Sätze und verwenden Sie einfache Satzstrukturen. Ein klarer Satzbau und ein logischer Aufbau fördern das Verständnis. Sätze mit mehr als 25 Wörtern sind nicht verständlich.

Wenn zwei Wörter dasselbe bedeuten, ist das kürzere in der Regel das bessere. Also schreiben Sie vom Wetter und nicht von den Witterungsverhältnissen.

Substantivierungen vermeiden.

Versuchen Sie Substantivierungen zu vermeiden. Zum Beispiel so: «Steigen Sie in den InterCity, so erreichen Sie Ihr Ziel bereits nach einer Stunde» (Werbung) oder «InterCity-Züge verbinden schnell alle grösseren Schweizer Städte» (Medienmitteilung) statt «Das Reisen im InterCity ermöglicht ein rasches Erreichen des Zieles».

Check: Komfort.

- Sind meine Texte komfortabel geschrieben, also einfach, verständlich und klar?
- Habe ich darauf geachtet, die SBB verlässlich und einfach darzustellen?

Erlebnis.

8

Wenn Sie im Namen der SBB schreiben, ist es Ihr Ziel, Kopf und Herz der Leser zu erreichen. Ihre Texte sprechen die Sinne an und wecken positive, vertrauensvolle Gefühle. Um dies zu erreichen, schreiben Sie konkret und anschaulich, nennen die Dinge beim Namen. Mit Verben erwecken Sie Ihre Texte zum Leben.

Statt bloss Informationen weiterzuleiten oder technische Fakten zu referieren, erzählen Sie wenn immer möglich Geschichten. Denn gute Geschichten berühren und werden weitererzählt.

Konkret.

Anschaulich formulieren.

Indem Sie konkret und anschaulich schreiben, wecken Sie Aufmerksamkeit und halten Ihren Text lebendig. Zum Beispiel so: «Mietvelos gibts für Gross und Klein, für Trainierte und Untrainierte. Allen gemeinsam ist: Sie sind von Rent a Bike.»

Verben.

Verben vermitteln Erlebnisse. Sie machen die Sprache lebendig. Wo immer möglich, bevorzugen Sie Verben vor Substantiven. Und bei Verben bevorzugen Sie die Personalformen vor den Infinitiven.

Aktiv statt passiv.

Versuchen Sie aktiv zu formulieren. Denn aktive Sätze sind lebendiger und kräftiger. Passive Formulierungen sind umständlich, wirken unpersönlich und sprechen meistens niemanden direkt an.

Positiv statt negativ.

Es dauert anderthalb Mal so lange, eine verneinende Formulierung zu verstehen, wie eine bejahende. Positive Aussagen werden schneller verstanden, lösen positive Resonanzen aus und bleiben in guter Erinnerung.

Gute Geschichten.

Gute Geschichten sind persönlich und nachvollziehbar. Sie haben eine Dramaturgie, einen Anfang und einen Schluss. Sie leben von Personen, Bildern und Beispielen. Und sie wollen weitererzählt werden.

Check: Erlebnis.

- Spreche ich mit meinem Text die Sinne meiner Leserin, meines Lesers an?
- Habe ich versucht, eine Geschichte zu erzählen?

Die Checkliste für einen guten SBB Text.

- 10
- Ist mein Text optimal auf die Bedürfnisse und Erwartungen der Leserin, des Lesers ausgerichtet?
 - Versteht die Leserin, der Leser meine Sprache? Nehme ich die Anliegen ernst? Bin ich nahe, aber nicht aufdringlich?
 - Sind die Menschen, die ich beschreibe, mit Wertschätzung dargestellt? Sind sie authentisch?
 - Sind meine Texte komfortabel geschrieben, also einfach, verständlich und klar?
 - Habe ich darauf geachtet, Verlässlichkeit und Einfachheit der SBB darzustellen?
 - Spreche ich mit meinem Text die Sinne meiner Leserschaft an?
 - Habe ich versucht, eine Geschichte zu erzählen?

Zum Abschluss einige Beispiele.

In der Werbung.

11

So

Das Wintersportgebiet Flumserberg liegt direkt am Gleis: Vom Bahnhof Unterterzen bringen Sie Achtergondeln in nur 15 Minuten in den Schnee. Auf dem Weg zur Gondel können Sie bei Intersport Walensee Ihren Snow'n'Rail-Gutschein gleich in eine Tageskarte oder in die Keycard Flumserberg umtauschen. Und Sie haben die Gelegenheit, die neuesten Skis oder Snowboards zu mieten.

Erleben Sie in der Ausstellung «Geschichte Schweiz» unser Land von den Anfängen bis heute. Bewundern Sie im Bereich «Galerie Sammlungen» das kunsthandwerkliche Schaffen der Schweiz.

Besuchen Sie Genua. An der ligurischen Küste gelegen, erwarten Sie in der europäischen Kulturhauptstadt von 2004 urbane Eleganz und die grösste intakte Altstadt Europas. Gleich neben den engen Gassen mit kleinen Läden treffen Sie auf die angesagten Lounges der Stadt.

So nicht

Flumserberg ist durch die 8er Gondelbahn ab Unterterzen in nur 15 Minuten erreichbar. Bei Intersport Walensee – direkt beim Bahnhof Unterterzen – können die neusten Skis und Boards direkt ab Gleis gemietet und sogar die Snow'n'Rail Gutscheine in die Tageskarte/Keycard Flumserberg umgetauscht werden.

Die permanent zu sehenden Ausstellungen «Geschichte Schweiz» und «Galerie Sammlungen» geben einen umfassenden Einblick in die Schweizer Geschichte von den Anfängen bis heute und zeigen die eigenen Sammlungsbestände mit Fokus auf das kunsthandwerkliche Schaffen in der Schweiz.

Nicht umsonst wurde Genua zur europäischen Kulturhauptstadt 2004 ernannt. Denn das Juwel an der ligurischen Küste besticht nicht nur durch seine urbane Eleganz, sondern beherbergt auch die grösste intakte Altstadt Europas.

Wie wärs mit Paris? Dieses Jahr dreht sich dort alles um den charismatischen Napoleon Bonaparte, seine Siege, seine Niederlagen und seine Frauen.

Wie wär's mit einer Reise nach Paris, das dieses Jahr ganz im Zeichen Napoleon Bonapartes steht, der sich vor 200 Jahren die Kaiserkrone aufsetzte?

Auf der Homepage.

So

Reise planen.

So finden Sie Ihr Reiseziel.

Online-Fahrplan.

Im Online-Fahrplan erhalten Sie die von Ihnen gewünschten Verbindungen für die Schweiz und fürs Ausland: tagesaktuell und in Echtzeit.

Telefonische Auskunft.

Beim Rail Service 0900 300 300 (CHF 1.19/Min vom Schweizer Festnetz) erhalten Sie telefonisch Auskünfte und bestellen Billette. Der Rail Service ist viersprachig und rund um die Uhr für Sie erreichbar.

Mobiler Fahrplan.

Laden Sie die App SBB Mobile für Handys und Smartphones kostenlos herunter, und schon haben Sie auch unterwegs Zugriff auf die aktuellen Fahrpläne. Zudem können Sie mit SBB Mobile auch Billette für Züge, Busse und Trams kaufen.

So nicht

Reise planen

Information und Auskünfte zu Ihrem Reiseziel und zum Fahrplan.

Im Online-Fahrplan erhalten Sie sofort die von Ihnen gewünschten Verbindungen in der Schweiz und im Ausland: tagesaktuell und in Echtzeit. Der Rail Service 0900 300 300 (CHF 1.19/Min. vom Schweizer Festnetz) ist Ihre telefonische Verbindung zu Auskünften und Billettbestellungen: viersprachig und rund um die Uhr erreichbar. Wenn Sie unterwegs sind, liefert Ihnen der SMS-Fahrplan rasch die nächsten Verbindungen.

In der Medienmitteilung.

So

Die SBB sucht Zugbegleiterinnen und Zugbegleiter. Sie schafft in den nächsten 5 Jahren 125 Stellen. In Zukunft betreuen damit jeweils zwei Zugbegleiterinnen und Zugbegleiter die InterCity- und InterRegio-Züge. Vom besseren Service profitieren einerseits die Reisenden. Andererseits entspricht die SBB damit dem Wunsch ihres Zugpersonals und sorgt auch nachts für eine erhöhte Sicherheit in den Zügen. Kundenorientierte Personen mit abgeschlossener Berufslehre erwartet eine einjährige Ausbildung bei vollem Lohn.

Reisende steigen am Bahnhof Gümli-Genève künftig bequemer ein und aus: Denn die SBB erhöht das Perron zwischen den Gleisen 2 und 3 um einen halben Meter. Zudem erleichtert ein neuer Lift den Zugang von der Unterführung zum Perron.

So nicht

Die SBB erweitert den Personalbestand bei der Zugbegleitung um 125 Stellen. Damit können bis ins Jahr 2014 alle Fernverkehrszüge mit zwei Zugbegleitern verkehren. Die Rekrutierung startet ab sofort. Gesucht werden verantwortungsbewusste, kundenorientierte Personen mit abgeschlossener Berufslehre, die bei vollem Lohn die einjährige Ausbildung zum Reisezugbegleiter oder zur Reisezugbegleiterin absolvieren wollen.

Von Ende März bis Ende November 2010 modernisiert die SBB den Bahnhof Gümli-Genève. Der Mittelperron als Zugang zu den Zügen auf den Gleisen 2 und 3 wird auf 55 Zentimeter erhöht und ermöglicht den Fahrgästen einen komfortablen Ein- und Ausstieg in die resp. aus den Zügen. Neu erleichtert zudem ein Lift von der Unterführung zum Perron den Zugang zu den Zügen.

In der internen Kommunikation.

So

SBB senkt die Energiekosten.

Die SBB senkt bis 2025 ihren Energiebedarf um 20 Prozent. Dank Effizienzsteigerungen sollen so ab 2025 jährlich 80 Millionen Franken eingespart werden. Um dieses Ziel zu erreichen, wird gemäss der Konzernleitung ein Energiemanagement aufgebaut.

Die neue Einheit bei SBB Infrastruktur ist zusätzlich für die Förderung erneuerbarer Energien verantwortlich. Unterstützung erhält das Energiemanagement von Fachexperten in den Divisionen. Für den Aufbau ist Guido Hodel verantwortlich, ab 1. Juli übernimmt Arnold Trümpi dann die Leitung.

Das seit 2008 laufende Energiesparprogramm wird per 1. September ins neue Energiemanagement überführt.

So nicht

Energiemanagement wird aufgebaut.

Durch Effizienzsteigerung will die SBB den Energie- und Leistungsbedarf auf der Basis 2010 gegenüber der unbeeinflussten Prognose von 2025 um 20 Prozent senken. Ab 2025 spart die SBB so jedes Jahr 80 Millionen Franken Energiekosten ein. Die Konzernleitung hat den Aufbau einer Einheit «Energiemanagement» bei I-ET-EN gutgeheissen. Nebst dem Auftrag, den Energie- und Leistungsbedarf zu senken, verantwortet das Energiemanagement die Förderung erneuerbarer Energien und das Aufrechterhalten des Bahnbetriebs bei regionalen 50-Hertz-Netzausfällen wegen Versorgungsgängnissen.

«Energiemanagement» wird durch Fachexperten und Gesamtprojektleiter aus allen Divisionen der SBB unterstützt. Das seit 2008 erfolgreich laufende Energiesparprogramm wird per 1. September ins Energiemanagement überführt. Am 1. Juli übernimmt Arnold Trümpi die Leitung des «Energiemanagement» von Guido Hodel, der dieses aufbaut und bis dahin interimistisch leitet.

SBB verbessert Internet-Zugang im Zug.

Immer mehr Kundinnen und Kunden möchten im Zug das Internet benutzen. Um diesem wachsenden Bedürfnis nach mobiler Kommunikation Rechnung zu tragen, hat die SBB ein neues Projekt ins Leben gerufen. Es soll laut Auftrag der Konzernleitung eine kundenorientierte Telekom-Services-Strategie entwickeln und technische Lösungen evaluieren, wie das Breitband-Internet in den Zügen verbessert werden kann.

Breitband-Internet im Zug: SBB sucht Lösungen.

Eine Analyse der Bedürfnisse unserer Kunden im Bereich Telekommunikation zeigt, dass die SBB heute das Bedürfnis der Reisenden nach mobiler Kommunikation im Zug nur ungenügend befriedigen kann. Durch die zunehmend verbreiteten internetfähigen Endgeräte wird der Bedarf nach Breitband-Internet in Zügen weiterhin stark steigen.

Die KL hat dies in ihrer Sitzung zur Kenntnis genommen und beschlossen, unter der Leitung von K-IT eine Projektorganisation mit folgenden Hauptaufgaben aufzubauen:

- Koordination aller laufenden Initiativen im Bereich Telekom-Services.
- Erarbeitung einer übergeordneten, kundenorientierten Strategie und Positionierung der SBB im Bereich Telekom-Services.
- Evaluation von technischen Lösungsmöglichkeiten zum Einsatz von breitbandfähigen Internetverbindungen in Zügen.

In der PR-Broschüre.**So**

Wenn Fussball-Fans mit Extrazügen zu Spielen und wieder nach Hause reisen, dann steht für die SBB im Vordergrund, Passanten und andere Reisende vor den «Risikofans» zu schützen. Die Verantwortlichen bei der SBB erstellen deshalb für jeden Anlass ein angepasstes Sicherheitskonzept. Dazu gehört es auch, mit den Fans Kontakt aufzunehmen und sie während der Fahrt und im Bahnhof zu betreuen.

Um Pendlern und Berufsreisenden am frühen Morgen mehr Sitzplätze anzubieten, hat die SBB die 9-Uhr-Karte eingeführt. Wer zeitlich flexibler ist, reist damit etwas später, dafür günstiger. Und hat mehr Platz im Zug.

So nicht

Für die SBB steht beim Transport von Fussballfans die Trennung der «Risikofans» von den für jeden Anlass risikogerechte und an die jeweiligen Verhältnisse angepasste Sicherheitsdispositive erarbeitet. Zu dem Konzept bei Risikoevents gehören auch Fankontakte und Fanbetreuung, der Einsatz von Extrazügen mit attraktiver Preisgestaltung sowie die Begleitung dieser Züge durch Bahnpolizei und Zugpersonal.

Die 9-Uhr Tageskarten stellen eine Massnahme dar, um die Sitzauslastung zu steuern.

Nachschlagewerke.

Haben Sie Fragen?

Unterwegs zuhause: Sprechen, Schreiben, Zusammenarbeiten.

Der Leitfaden «Unterwegs zuhause: Sprechen, Schreiben, Zusammenarbeiten» verschafft Ihnen einen Überblick über unsere wichtigsten Grundsätze und Regeln in Sprache und Verhalten. Er liefert Ihnen praxisnahe Tipps zu Fragen unseres Schreibstils, unserer Tonalität aber auch wie wir zusammenarbeiten wollen. Sie finden den Leitfaden im Intranet unter → [Sprechen, Schreiben, Zusammenarbeiten](#).

17

SBB Wörterbuch.

Für Fachausdrücke, unternehmensspezifische Begriffe sowie Angebote und Slogans wie zum Beispiel «Zugverkehrsleiter», «2-Jahres-Halbtaxabo» und «unterwegs zuhause» steht Ihnen das SBB Wörterbuch zur Verfügung. Das viersprachige SBB Wörterbuch wird ständig weiterentwickelt und aktualisiert.

Das SBB Wörterbuch finden Sie im Intranet unter → [Wörterbuch](#). Haben Sie keinen Zugriff auf das SBB Intranet, dann erhalten Sie Ihre Zugangsdaten hier: termino@sbb.ch.

SBB Schreibregeln.

Grundsätzlich halten wir uns bei Fragen zur deutschen Rechtschreibung an den Duden. Der Duden regelt jedoch nicht alles. In den SBB Schreibregeln finden Sie Tipps und Informationen für die Sprachbereiche, in denen wir das Heft selbst in die Hand nehmen. Die SBB Schreibregeln finden Sie im Intranet unter → [Schreibregeln](#) abrufbar.

SBB Zahlenleitfaden.

Der SBB Zahlenleitfaden ist ein Werkzeug für alle Mitarbeitenden der SBB, welche Unternehmenskennzahlen «veröffentlichen». Er regelt den Umgang mit Zahlen, die sich an eine externe oder eine breite interne Leserschaft richten und ist daher sowohl für die interne wie auch für die externe Kommunikation von Bedeutung. Sie finden den SBB Zahlenleitfaden im Intranet unter → [Zahlenleitfaden](#).

SBB Markenportal.

Das Corporate Identity Net enthält alle Informationen zu einsatz von Logos, Farben, Schriften, zur grafischen Umsetzung von Partnerschaften sowie Vorlagen für Design, Druck- und Layoutprojekte. sbb.ch/marke

SBB AG

Kommunikation

Hilfikerstrasse 1

3000 Bern 65, Schweiz

sbb.ch/marke