

PRESSEINFORMATION

hvv Deutschlandticket: Datalogue und team go direct begleiten als digitale Leadagenturen die Vermarktung der neuen Angebote

- **Digitalmarketer und Dialogspezialisten entwickeln für den hvv Auftritt und vermarktungstechnische Umsetzung des hvv Deutschlandtickets inkl. hvv Plus, die Partner-Vorteile zum hvv Deutschlandticket**
- **Einfacher, günstiger, relevanter: größte Tarifreform seit Gründung des Hamburger Verkehrsverbunds fokussiert sich auf digitale Prozesse**

Hamburg, 03. Mai 2023. Am 2. Mai startete der Verkauf des neuen Deutschlandtickets. Der Hamburger Verkehrsverbund (hvv) flankiert sein hvv Deutschlandticket durch ein besonderes Plus an Leistungen. Mit hvv Plus profitieren Kundinnen und Kunden mit einem gültigen hvv Deutschlandticket von attraktiven Vorteilen bei ausgewählten lokalen Partnern. Dafür entwickelten die Hamburger Unternehmen Datalogue und team go direct als Spezialisten für digitales Marketing, Dialogkommunikation und Analytics den Auftritt und die technische Umsetzung der unterstützenden Kampagne, die von der Konzeption über eine Microsite mit angeschlossener Customer Data Platform bis zum Dialogmarketing reicht. Die Kampagne richtet sich an Bestands- und potenzielle Neukunden und ist Teil der größten Tarifreform des hvv seit seiner Gründung. Neben der konzeptionellen Entwicklung der neuen Microsite inklusive grafischer und technischer Umsetzung zeichnen die beiden Dienstleister auch für die Entwicklung verschiedener Werbemittel des hvv Deutschlandtickets verantwortlich (on-/offline) und begleiteten die Entwicklung von hvv Plus.

Ab Anfang Mai können Menschen mit dem Deutschlandticket bundesweit für 49 Euro im Monat mit dem öffentlichen Nah- und Regionalverkehr fahren. Der hvv verbindet das mit dem Start von hvv Plus. Wer nicht nur das Deutschlandticket haben, sondern gleich noch attraktive Vorteile in seiner Region nutzen möchte, bekommt mit hvv Plus Vorteile bei verschiedenen Partnern. „Das hvv Deutschlandticket ist für sich schon ein attraktives Produkt für Mobilität, aber mit hvv Plus gibt es zum Marktstart tolle Vorteile für unsere Käuferinnen und Käufer von den lokal starken Marken Budni und Junge. Die Bäckerei dazu. Willkommen beim hvv! Das Deutschlandticket nur als Ticket nutzen? Kannste machen oder auch zukünftig weitere ausgewählte Vorteile in der Region mit hvv Plus nutzen“, sagt Christian Backen, Bereichsleiter Marktkommunikation beim hvv. Die ersten Partner sind die Drogeriemarktkette Budnikowsky sowie Junge. Die Bäckerei. Weitere werden folgen.

hvv geht mit Customer Data Platform von Datalogue neue Wege

Um dieses neue Angebot sowie das hvv Deutschlandticket einer breiten Zielgruppe bekannt zu machen, haben die beiden auf digitales Marketing spezialisierten Unternehmen Datalogue und team go direct eine umfangreiche Kampagne für die Vermarktung konzipiert. Sie umfasst die komplette Bestandskundenkommunikation, das Basisdesign für die

Kommunikation (inkl. Styleguide), das Aufsetzen der digitalen Infrastruktur der Microsites hvv-deutschlandticket.de (inkl. UI/UX) und die Anbindung an eine intelligente Customer Data Platform sowie die Mitentwicklung von hvv Plus bis zum digitalen Marketing. Zum Leistungspaket gehörte zudem die Konzeption und Durchführung der gesamten E-Mailing-Kommunikation rund um hvv Plus inklusive Implementierung der technischen Grundlagen und Prozesse im Versandsystem.

„Wir freuen uns, dieses Meilensteinprojekt zusammen mit dem hvv als Partner im wahrsten Sinne des Wortes erfolgreich auf die Schiene gebracht zu haben“, so Andreas Hannemann, Geschäftsführer von Datalogue. „Ziel ist es, die Menschen in der Metropolregion vom neuen Angebot zu überzeugen und sie auf relevante Zusatzangebote aufmerksam zu machen. Niemand möchte von unnützer Werbung zugespamt werden. Die Plattform macht die Kommunikation effektiver, so dass jeder Kunde genau die Information bekommt, die er braucht, um die Vorteile des Tickets voll zu nutzen.“ Die neu geschaffene Microsite ist dabei mit einer gemeinsam mit dem hvv entwickelten Customer Data Platform verbunden, um Bestandskunden in Echtzeit über relevante Angebote zu informieren.

Mit Data-Analytics und Digital-Marketing Fahrgastzahlen steigern und Bestandskunden binden

Gemeinsam mit der Dialogmarketing-Agentur team go direct unterstützt Datalogue als Full-Service-Anbieter für Data-Analytics und digitales Marketing bereits seit Mitte 2022 den hvv bei der weiteren Digitalisierung seiner Produkt- und Kundenkommunikation. Besonders im Fokus stehen dabei die Automatisierung von Marketingprozessen sowie Kampagnenkreation und -umsetzung mit dem Ziel, Fahrgastzahlen zu steigern und bestehende Kunden an den hvv zu binden. Bei der Zusammenarbeit bringen beide Partner ihre jeweiligen Kernkompetenzen ein: Datalogue steht für ein umfassendes Know-how rund um Data Intelligence und innovative Analysemethoden auf der Basis von Künstlicher Intelligenz (KI) und Machine Learning, team go direct ist ausgewiesener Experte in Sachen crossmediales Dialogmarketing und Customer Experience.

Über den hvv

Ein Tarif, eine Fahrkarte, ein Fahrplan. Mit diesen Zielen entstand 1965 der hvv als weltweit erster Verkehrsverbund. Heute umfasst das Verbundgebiet drei Länder sowie acht Kreise und Landkreise mit 3,7 Millionen Einwohnern. Mehr als 25 Verbundverkehrsunternehmen sind auf über 700 Bus-, Bahn- und Fährlinien unterwegs.

Über Datalogue: The Customer Relevance People

Data Monetization by Customer Relevance: Dafür steht Datalogue. Das 2012 gegründete und auf Umsetzung orientierte Beratungsunternehmen unterstützt seine Kunden dabei, mithilfe innovativer Data Intelligence-



Methoden aus Daten und Insights messbare Geschäftserfolge zu generieren. Auf das datengetriebene Know-how von Datalogue und das eigens entwickelte Customer Growth Ecosystem vertrauen namhafte Marken aus der Finanz- und Versicherungswirtschaft, aus Touristik, Entertainment und Telekommunikation sowie aus der Energie- und der Konsumgüterbranche – darunter die Hamburger Sparkasse, Metro HD, A-ROSA, oder der Schweizer Augenoptik-Experte Visilab. Am Hauptsitz in Hamburg sowie an den Standorten in Amsterdam (Niederlande) und Zürich (Schweiz) arbeiten für das expandierende Unternehmen über 65 Beschäftigte – digitale Marketer*innen, Data Scientists, IT-Expert*innen und Consultants

Über team go direct

team go direct ist ausgewiesener Spezialist für ganzheitliche Dialogberatung und bietet von der Idee über die Strategie, Konzeption, Text, Design bis hin zur Programmierung und Produktion der crossmedialen Ausspielung und Werbeerfolgskontrolle alles aus einer Hand für eine erfolgreiche Neukundenakquise, Kundenbindung oder -rückgewinnung sowie für die Entwicklung des Kundenwerts. Das 25-köpfige Team des 2000 gegründeten Hamburger Unternehmens wird dabei von ausgewählten Spezialisten seines strategischen Partnernetzwerks unterstützt.

Ansprechpartner:

Datalogue GmbH

Malte Günther

Director Marketing & Business Development

Email: malte.guenther@datalogue.de

Telefon: 040 4711 34 830

Dammtorwall 7a

20354 Hamburg

team go direct Dialogmarketing GmbH

Klaus Poerschke

Geschäftsführer

Email: k.poerschke@godirect.de

Telefon: 040 – 650 555 39

Dorotheenstraße 48

22301 Hamburg