



**Übereinkommen der Alliance SwissPass (Ue500), Anlage 16**

# **Regelwerk Datennutzung ÖV der Alliance SwissPass (ReDÖV)**

Version 3.1, vom 01.07.2024

## Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung</b>	<b>8</b>
1.1	Inhalt und Aufbau	8
1.2	Rechtliche Grundlagen und Vertrauen der Kundinnen und Kunden	9
1.3	Gemeinsame Datenbanken und datenschutzrechtliche Verantwortlichkeit	10
1.4	Ziel und Grundgedanke	10
1.5	Geltungsbereich und Abgrenzungen	10
1.6	Pflege und Weiterentwicklung	11
1.7	Überprüfung	11
<b>2</b>	<b>Datenschutzrechtliche Co-Verantwortlichkeit für gemeinsame Datenbanken</b>	<b>11</b>
2.1	Bereich der gemeinsamen Verantwortlichkeit für die gemeinsamen Datenbanken	12
2.2	Zuständigkeiten im Bereich der Co-Verantwortlichkeit für die gemeinsamen Datenbanken	13
<b>Teil 1: Personalisierte Datennutzung</b>		<b>14</b>
<b>3</b>	<b>Geltungsbereich</b>	<b>14</b>
3.1	Betroffene Daten	14
<b>4</b>	<b>Grundvoraussetzungen für die Datennutzung</b>	<b>18</b>
4.1	Einhaltung der GDSE	18
4.2	Erlaubnistatbestände und ÖV-Permission	18
4.2.1	Bedeutung der Erlaubnistatbestände im Allgemeinen und geltende Anforderungen	18
4.2.2	Anforderungen an die Einholung der ÖV-Permission	19
4.2.3	Abmeldung/Widerruf	20
4.2.4	Einlieferung der Personendaten und der Einwilligungsnachweise in die Datenbanken	21
4.2.5	Marketing-Permission von TU und Verbänden	22
4.2.6	Kein (berechtigter) Widerspruch und kein Widerruf der Permission	22

<b>5</b>	<b>Nutzungsbestimmungen: Berechtigungen und Einschränkungen</b>	<b>23</b>
5.1	1. Säule: Datennutzung durch Vermittler	25
5.1.1	Transportunternehmen	25
5.1.2	Verbünde	25
5.1.3	Dritte	26
5.2	2. Säule: Verbünde, Mandatsträger und TU als Tarifeigner	27
5.2.1	Verbünde	27
5.2.2	NDV-Mandatsträger	27
5.2.3	Geschäftsstelle Alliance SwissPass (GS ASP)	29
5.3	3. Säule: Datennutzung im Rahmen der erweiterten Datennutzung	30
5.3.1	Erweiterte Datennutzung für TU	30
5.3.2	Erweiterte Datennutzung für Verbünde und NDV-Mandatsträger	31
5.3.3	Ausschluss von NDV-Abonnementsdaten bei Verbunds- und TU-Selektionen	32
5.3.4	Gesuchstellung für die erweiterte Datennutzung von NDV-Sortimenten	32
5.3.5	Besondere Bestimmungen zur erweiterten Datennutzung	33
	<b>Teil II: Anonymisierte/aggregierte Datennutzung</b>	<b>34</b>
<b>6</b>	<b>Geltungsbereich</b>	<b>34</b>
6.1	Betroffene Daten	34
6.2	Definition von anonymisierten und aggregierten Analysen	35
6.2.1	Anonymisierung	35
6.2.2	Aggregation	36
<b>7</b>	<b>Grundvoraussetzungen für die Datennutzung</b>	<b>36</b>
7.1	Einhaltung der GDSE	36
7.2	Transparenz in AGB zum automatischen Ticketing	36
7.3	Einlieferung der Personendaten und der Einwilligungsnachweise in die Datenbanken	36

<b>8</b>	<b>Nutzungsbestimmungen: Berechtigungen und Einschränkungen</b>	<b>37</b>
8.1	Freigabeprozess für Analysen mit Vermittlerbezug	38
8.1.1	Data Owner	39
8.2	Vermittlerneutrale Analysen	40
8.3	Zuständigkeiten und Prozess zur Datenanonymisierung	40
<b>9</b>	<b>Anhang</b>	<b>41</b>
9.1	Konditionen für beauftragte Datenbearbeitungen durch den NDV-Mandatsträger	41
9.2	Die ÖV-Permission in 6 Schritten erklärt	42
9.3	Mögliche Inhalte der Datenbearbeitung gemäss Teil I Kapitel 5 (Anwendungsbeispiele)	43
9.4	Mögliche Inhalte der Datenbearbeitung gemäss Teil II Kapitel 8 (Anwendungsbeispiele)	46

## Glossar

Alliance SwissPass	Branchenorganisation des öffentlichen Verkehrs (Zusammenschluss von 250 Transportunternehmen und 18 Verbänden), welche sich für harmonisierte, verständliche und wirtschaftliche Tarifbestimmungen, moderne und attraktive Vertriebslösungen sowie kundenorientierte Sortimente und Informationssysteme engagiert.
Automatisches Ticketing (AT)	Das Automatische Ticketing erlaubt Reisenden das Nutzen des öffentlichen Verkehrs über eine automatische Nutzungserfassung und nachträgliche Preisberechnung. Die Verkehrsmittelnutzung wird im Rahmen eines An- und Abmeldeverfahrens vor und nach jeder Fahrt erfasst (Check-In/Check out per Smartphone). Auf dieser Basis kann das Automatische Ticketing die gefahrenen Strecken bestimmen und den entsprechenden Preis berechnen, der den Kundinnen und Kunden über einen vordefinierten Zahlungskanal belastet wird.
Branche	Sammelbegriff für die Transportunternehmen, den Nationalen Direkten Verkehr und die Schweizer Tarif- und Verkehrsverbände.
CASA	CASA (Consulting and Sales Application) ist die Verkaufsassplikation des Grossteils der TU für den bedienten Verkauf am POS. Einige TU setzen andere Verkaufsassplikationen in den Reisezentren ein.
CAPRE	CAPRE (CAPacity and REservation) Ist das Bewirtschaftungstool der ÖV-Branche für Gruppenreisen.
CH-DSG	Bundesgesetz über den Datenschutz (Schweizer Datenschutzgesetz).
Data Owner (Datenowner)	Ein Data Owner ist für einen bestimmten Teil der Daten in den gemeinsamen Datenbanken des ÖVs zuständig, da es sich um «seine» Daten handelt. Deshalb hat der Data Owner auch das Nutzungsrecht an den betroffenen Daten.
Datenstrategie Alliance SwissPass	Die «Gemeinsame Datenstrategie» ist Tiel der Strategie der Alliance SwissPass und enthält verbindliche Vorgaben und Weisungen für die Transportunternehmen und Verbände in Bezug auf die gemeinsame Nutzung von Daten des öffentlichen Verkehrs.
Direkter Verkehr	Direkter Verkehr gemäss Art. 16 PBG und VPB.
Dritte	Organisationen, welche sich an die NOVA-Plattform anschliessen und das NOVA-Sortiment vermitteln, aber keine vom Bundesamt für Verkehr (BAV) konzessionierten Transportunternehmen, Betreiber einer Eisenbahninfrastruktur oder Schweizer Tarif- und/oder Verkehrsverbände sind.

DSGVO	EU-Datenschutzgrundverordnung.
GA	General-Abonnement gemäss T654.
Gastkauf	Verkauf von personalisierten Leistungen in einem online Kanal, welche nicht mit einem Kundenprofil (in NOVA gespeicherte Kundendaten) verknüpft sind (Kauf erfolgt ohne Kunden-Login).
GDSE	Gemeinsame Datenschutz-Erklärung Alliance SwissPass (RW 801).
HTA	Halbtax-Abonnement gemäss T654.
KoM	Kommission Markt.
Kundendaten	Angaben zu den Kundinnen und Kunden, welche beim Verkauf von personalisierten Fahrausweisen in den gemeinsamen Datenbanken des ÖVs gespeichert werden (z.B. Name, Adresse, Geburtsdatum, etc.).
Leistungsdaten	Angaben zu den von den Kundinnen und Kunden gekauften personalisierten Fahrausweisen, welche in den gemeinsamen Datenbanken des ÖVs gespeichert werden (z.B. Abonnementstyp, Verkaufsdatum, Verkaufsstelle, etc.).
Mandatsträger	Beauftragte Organisation, welche die Interessen des jeweiligen Tarifeigners gegenüber Dritten vertritt.
Marketing-Permission	Bezeichnung für eine Einwilligung der Kundinnen und Kunden für die werbliche Ansprache per Brief oder E-Mail durch ein bestimmtes Unternehmen.
Nationaler Direkter Verkehr (NDV)	Verbundübergreifende Verbindungen sowie Verbindungen in Gebieten ohne Verbünde. Kurzform: Nationaler DV. Abkürzung: NDV.
NOVA	Nationale Plattform für den Verkauf. Wörtlich: Netzweite ÖV-Anbindung.
NOVA-Sortiment	Auf der NOVA-Plattform gepflegte und vorgehaltene Fahrausweise (auch Produkte) werden als Sortiment bezeichnet (auch NOVA-Sortiment).
Opt-In	Einwilligung der Kundinnen und Kunden (oft für Marketingzwecke) welche freiwillig, nur für einen bestimmten Fall (also nicht pauschal), in informierter Weise und unmissverständlich sowie in Form einer Erklärung oder anderen eindeutigen Handlung erfolgen.
ÖV	Öffentlicher Personenverkehr im Nationalen DV und in den Verbänden.

ÖV-Permission	Einwilligung der Kundinnen und Kunden für die werbliche Ansprache per Brief oder E-Mail, die beim Kauf von personalisierten Fahrausweisen des NDV und der Verbünde von allen vermittelnden TU eingeholt werden muss.
PBG	Bundesgesetz über die Personenbeförderung (Personenbeförderungsgesetz), SR 745.1
Personendaten	Alle Angaben, die sich auf eine bestimmte oder bestimmbare natürliche Person beziehen. Kunden- und Leistungsdaten werden in der Regel als Personendaten betrachtet.
SAV	Der Service après-vente (SAV) beinhaltet Dienstleistungen wie Umtausch, Annullierung und Erstattungen von Fahrausweisen, Behandlung von Kundenanliegen, Auskünfte erteilen und das Fahrgastrecht.
ReDÖV	Regelwerk Datennutzung ÖV der Alliance SwissPass (vorliegendes Dokument).
ReSys	ReSys ist das Inventarsystem für Reservationen in touristischen Zügen.
Tarifeigner	Die Tarifhoheit ausübende Instanz (NDV, Verbünde, TU).
TKID	Technische Kunden-Identifikation in NOVA zur eindeutigen Identifizierung der Kundinnen und Kunden.
TU	Transportunternehmen.
Verbund/Verbünde	Regionaler DV; Tarifverbünde und Verkehrsverbünde gemäss T651.xx.
Vermittler	Organisation, welche NOVA-Sortimente stellvertretend für ein oder mehrere leistungserbringende/s Transportunternehmen verkauft. Darunter sind die vom BAV konzessionierten Transportunternehmen, Betreiber einer Eisenbahninfrastruktur, die Schweizer Tarif- und Verkehrsverbünde sowie an NOVA angeschlossene Dritte zu verstehen.
Vertreiber	Verkauf des NOVA-Sortiments durch leistungserbringende TU / Verbünde in eigenem Namen und auf eigene Rechnung.

# 1 Einleitung

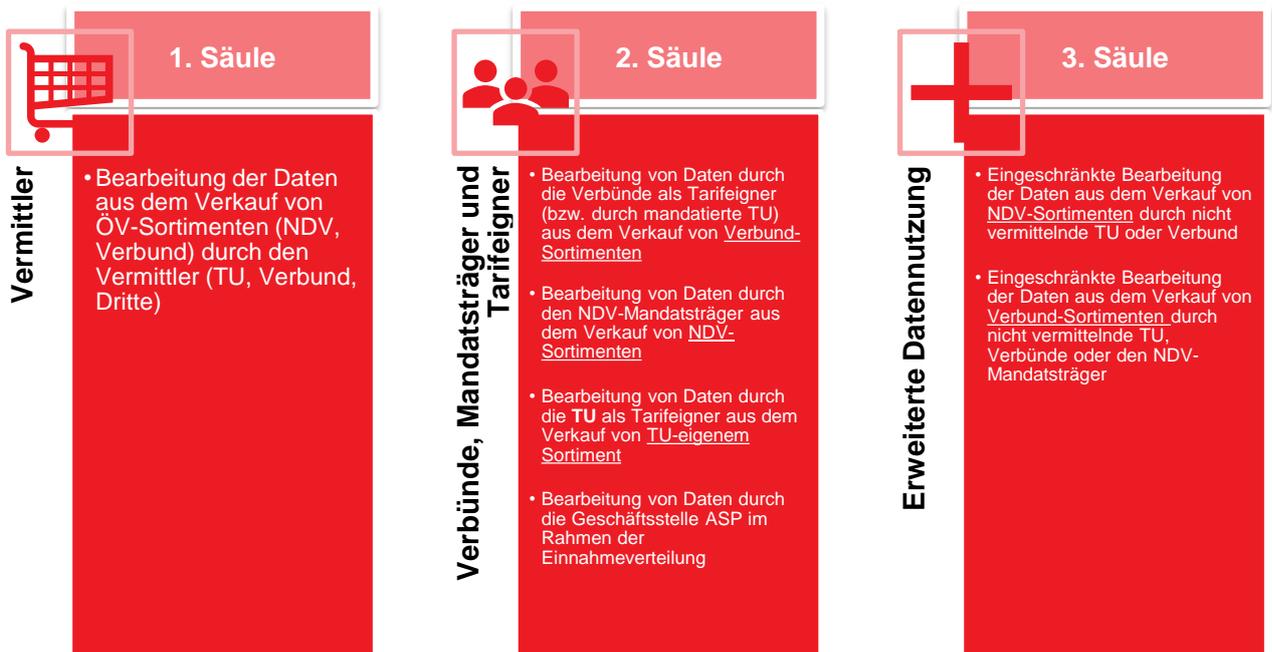
## 1.1 Inhalt und Aufbau

Die Bestimmungen zum Regelwerk Datennutzung der Alliance SwissPass (ReDÖV) enthalten Vorgaben dazu, wie Daten von Kundinnen und Kunden, welche in den gemeinsamen Datenbanken des Öffentlichen Verkehrs (s. Ziffer 2.1) gespeichert werden, genutzt werden dürfen. Das ReDÖV gilt für Unternehmen des Öffentlichen Verkehrs (TU) sowie für Tarif- und Verkehrsverbünde (nachstehend «Verbünde»), die Teil der Alliance SwissPass sind sowie Dritte, die das ÖV-Sortiment vermitteln.

In den ersten zwei Kapiteln (Einleitung und Datenschutzrechtliche Co-Verantwortung) des ReDÖV wird eine Einleitung in das Thema gegeben. Insbesondere die rechtlichen Grundlagen, der Geltungsbereich sowie die gemeinsame Verantwortlichkeit im Zusammenhang mit den gemeinsamen Datenbanken werden beschrieben. Der Hauptteil gliedert sich in zwei Teile:

- Gegenstand des **Teil I** ist die Nutzung der Kundendaten zu den personalisierten Zwecken Marketing, Marktforschung und Kundeninformation.
- Gegenstand des **Teil II** ist der Zweck der Weiterentwicklung des ÖV-Tarifs und -Angebots über anonymisierte und aggregierte Analysen von Daten, die durch Kundinnen und Kunden generiert wurden.

Teil I des ReDöV besteht aus drei Kapiteln. Im Kapitel 3 werden der Geltungsbereich und die betroffenen Daten des Teil I beschrieben. Anschliessend, in Kapitel 4, werden die Grundvoraussetzungen für die Datennutzung gemäss Kapitel 5 beschrieben. Das Kapitel 5 besteht aus drei Hauptbereichen, welche als Säulen bezeichnet werden. Jede Säule steht für einen bestimmten Regelungsbereich. Die Reihenfolge der Säulen entspricht nicht einer Hierarchie, sondern wurde von der angenommenen Nutzungshäufigkeit abgeleitet.



Der Teil II besteht ebenfalls aus drei Kapiteln und regelt den Zweck der Weiterentwicklung des ÖV-Tarifs und -Angebots über anonymisierte und aggregierte Analysen von Daten, die durch Kundinnen und Kunden generiert wurden. In Kapitel 6 wird der Geltungsbereich definiert und in Kapitel 7 die Grundvoraussetzungen für die Datennutzung. Die Nutzungsbestimmungen werden schliesslich in Kapitel 8 beschrieben. Auch in Teil II werden die obigen drei Säulen wieder aufgenommen und angewendet.

## 1.2 Rechtliche Grundlagen und Vertrauen der Kundinnen und Kunden

Für die Bearbeitung von Personendaten existieren für Unternehmen innerhalb der Schweiz verschiedene rechtliche Vorgaben auf kantonaler, nationaler und europäischer Ebene, welche – abhängig von den Datenbearbeitungen und Tätigkeitsbereichen – unterschiedlich zur Anwendung kommen. Die EU-Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) gilt dabei auch für zahlreiche Schweizer Unternehmen ohne Niederlassung in der EU. Die Einhaltung der verschiedenen rechtlichen Normen ist zentral, um negative Folgen zu vermeiden. Das vorliegende Regelwerk basiert auf diesen Vorschriften und leistet einen wichtigen Beitrag zur Erfüllung der datenschutzrechtlichen Anforderungen.

Darüber hinaus ist in diesem sensiblen Bereich auch das Vertrauen der Kundinnen und Kunden in die TU und Verbände unverzichtbar. Das wirtschaftliche Potenzial der Daten lässt sich langfristig nur dann optimal nutzen, wenn die Kundinnen und Kunden die Datenbearbeitungen als vertrauenswürdig betrachten. Um das Vertrauen nachhaltig zu stärken, hat die Branche das «Kundenversprechen» gemeinsam beschlossen. Dieses findet über die «Gemeinsame Datenschutzerklärung Alliance SwissPass (GDSE)» (RW 801) Eingang in die Datenschutzerklärungen der TU, Verbände und Dritten und beinhaltet folgende Grundsätze, welche an die Kundinnen und Kunden gerichtet sind:

*Der Schutz Ihrer Persönlichkeit und Ihrer Privatsphäre ist uns, den Unternehmen des Öffentlichen Verkehrs, ein wichtiges Anliegen. Wir garantieren Ihnen eine gesetzeskonforme Bearbeitung Ihrer Personendaten nach den geltenden Bestimmungen des Datenschutzrechts. Die Unternehmen des Öffentlichen Verkehrs setzen mit folgenden Grundsätzen ein Zeichen für den vertrauensvollen Umgang mit Ihren Daten:*

**Sie entscheiden selbst über die Bearbeitung Ihrer persönlichen Daten.**

*Sie können innerhalb des rechtlichen Rahmens die Datenbearbeitung jederzeit ablehnen beziehungsweise Ihre Zustimmung dazu widerrufen oder Ihre Daten löschen lassen. Sie haben immer die Möglichkeit, anonym, also ohne Erfassung Ihrer Personendaten, zu reisen.*

**Bei der Bearbeitung Ihrer Daten bieten wir Ihnen einen Mehrwert.**

*Die Unternehmen des Öffentlichen Verkehrs nutzen Ihre Personendaten ausschliesslich im Rahmen der Leistungserbringung und um Ihnen entlang der Mobilitätskette Mehrwerte zu bieten (z.B. massgeschneiderte Angebote und Informationen, Unterstützung oder Entschädigung im Störfall). Ihre Daten werden somit nur für die Entwicklung, Erbringung, Optimierung und Auswertung unserer Leistungen oder für die Pflege der Kundenbeziehung verwendet.*

**Ihre Daten werden nicht verkauft.**

*Eine Bekanntgabe Ihrer Daten erfolgt nur gegenüber ausgewählten, in dieser Datenschutzerklärung aufgeführten Dritten und nur zu den explizit genannten Zwecken. Beauftragen wir Dritte mit der Datenbearbeitung, werden diese zur Einhaltung unserer datenschutzrechtlichen Standards verpflichtet.*

***Wir gewährleisten Ihnen Sicherheit und Schutz für Ihre Daten.***

*Die Unternehmen des Öffentlichen Verkehrs garantieren den sorgsamsten Umgang mit Kundendaten sowie die Sicherheit und den Schutz Ihrer Daten. Wir stellen die erforderlichen organisatorischen und technischen Vorkehrungen dafür sicher.*

Das Kundenversprechen hat für das ReDÖV insofern Relevanz als die Grundsätze daraus uneingeschränkt auch hier Gültigkeit haben und bei der Bearbeitung von Personendaten beachtet werden müssen.

### **1.3 Gemeinsame Datenbanken und datenschutzrechtliche Verantwortlichkeit**

Die TU und Verbände sind gesetzlich zur Durchführung der direkten Verkehre verpflichtet. Zur Erfüllung dieser Pflicht und zur effizienten Ausgestaltung der Zusammenarbeit werden Daten im Zusammenhang mit dem Verkauf von personalisierten und unpersonalisierten Dienstleistungen in gemeinsamen Datenbanken gespeichert (vgl. Art. 16-17 PBG).

Für die Nutzung und den Umfang von NOVA haben TU und Verbände gemeinsam verschiedene Vorschriften aufgestellt, namentlich in den NOVA-Nutzungsbedingungen (vgl. Anlage 12 zu Ue500 V2.8 vom 1.1.2024).

Aus datenschutzrechtlicher Sicht besteht unter den TU und Verbänden für diese Datenbanken und für die Nutzung der darin enthaltenen Daten in bestimmtem Umfang eine gemeinsame Verantwortlichkeit. Daraus resultiert auch eine gegenseitige Abhängigkeit. Für einen rechtlich korrekten und vertrauensvollen Umgang mit Personendaten der Kundinnen und Kunden sind alle TU und Verbände zu wesentlichen Teilen auch voneinander abhängig. Dritte sind jedoch nicht Teil der gemeinsamen Verantwortung und gelten datenschutzrechtlich als eigenständige Verantwortliche.

### **1.4 Ziel und Grundgedanke**

Vor diesem Hintergrund besteht aus rechtlichen und auch wirtschaftlichen Gründen die Notwendigkeit, Regeln für die Nutzung der Daten von Kundinnen und Kunden aus den gemeinsamen Datenbanken aufzustellen. Ein wichtiges Regelwerk, mit dem die ÖV-Branche diesem Anliegen Rechnung trägt, ist die Gemeinsame Datenschutzerklärung (GDSE). Diese dient der Erfüllung der datenschutzrechtlichen Informationspflichten und soll sicherstellen, dass die Bearbeitungen von Personendaten für die Kundinnen und Kunden transparent sind. Aufbauend darauf werden mit dem vorliegenden Regelwerk die gemeinsame Verantwortlichkeit im Bereich der gemeinsamen Datenbanken bekräftigt, zentrale Bearbeitungen wie das Marketing und die anonymisierte Datennutzung auf eine rechtssichere Grundlage gestellt und die Regeln für die Nutzung der gemeinsamen Datenbanken, bezogen auf das vorliegende Regelwerk, verdeutlicht bzw. den aktuellen rechtlichen Entwicklungen angepasst.

### **1.5 Geltungsbereich und Abgrenzungen**

Das ReDÖV kann und soll nicht sämtliche Bearbeitungen von Personendaten durch die TU und Verbände regeln. Vielmehr ist der Geltungsbereich ausgehend von der gemeinsamen Verantwortlichkeit in Bezug auf die Personendaten als auch hinsichtlich der Datenbanken beschränkt. Die Vorschriften dieses Regelwerks gelten demnach nur für die Verarbeitungen der in den jeweiligen Teilen beschriebenen Daten aus den gemeinsamen Datenbanken des ÖVs (s. Ziffer 2.1). Sie beschränken sich zudem auf Bereiche, welche nicht bereits über Tarife oder gesetzliche Bestimmungen geregelt sind. So ist z.B. die Verwendung der Daten zur Missbrauchsbekämpfung nicht Teil des ReDÖV. Ebenfalls ist die Nutzung



der Daten bei Einzelzugriffen über Systeme, wie z.B. CASA, im persönlichen Kundenkontakt, nicht Bestandteil der Regelungen im ReDÖV.

## 1.6 Pflege und Weiterentwicklung

Die Weiterentwicklung des ReDÖV ist Inhalt des NDV-Teilmandats «Marketing». Der Mandatsträger des Teilmandats verantwortet somit die Weiterentwicklung des ReDÖV. Der Geschäftsstelle der Alliance SwissPass kommen die im «Pflichtenheft Mandate Alliance SwissPass» (Anlage 11 zum Ue500 V2.8) definierten Aufgaben zu, namentlich das Controlling betreffend Kosten, Qualität und Ausübung der Arbeiten am ReDÖV.

Änderungen des ReDÖV sind mit Zustimmung des Strategierats möglich. Die beschlossenen Änderungen werden, mit Ausnahme von bloss redaktionellen Anpassungen, den TU, Verbänden und Dritten, schriftlich (z.B. per E-Mail/Newsletter) mitgeteilt. Den Beteiligten ist bei Anpassungen eine angemessene Umsetzungsfrist zu gewähren. Die konkrete Umsetzungsfrist wird den Beteiligten in der Änderungsmitteilung angegeben.

## 1.7 Überprüfung

Die Einhaltung des vorliegenden Regelwerks durch die Beteiligten wird durch den NDV-Mandatsträger überprüft. Hierzu gehört namentlich die Umsetzung der Vorschriften für die ÖV-Permission (s. Glossar). Bei Widersprüchen wird das betroffene Unternehmen (TU, Verbund oder Dritte) zu einer Anpassung aufgefordert. Bei Nichtbefolgung entscheidet in erster Instanz die Geschäftsstelle der Alliance SwissPass über die erforderlichen Massnahmen. Führt dies nicht zum gewünschten Resultat, ist der Strategierat (SR) zu konsultieren.

## 2 Datenschutzrechtliche Co-Verantwortlichkeit für gemeinsame Datenbanken

Ein grosser Teil der datenschutzrechtlichen Pflichten gilt für den «für die Datenbearbeitung Verantwortlichen». Wenn Unternehmen gemeinsam die Zwecke und Mittel von Datenbearbeitungen festlegen, gelten sie datenschutzrechtlich als «gemeinsam Verantwortliche» (auch: «Co-Verantwortliche») und die Erfüllung von Pflichten obliegt ihnen gemeinsam. In diesem Sinne besteht auch das in der GDSE bekräftigte Erfordernis, in der Datenschutzerklärung für die einzelnen Datenbearbeitungen anzugeben, wer der Verantwortliche oder die Verantwortlichen sind.

Ausgehend davon ist es gerade für TU und Verbände zentral, Datenbearbeitungen zu identifizieren, für welche sie gemeinsam verantwortlich sind und untereinander Regeln für die Erfüllung der Pflichten aufzustellen. Entsprechend dem Geltungsbereich und den Zielsetzungen dieses Regelwerks wird vorliegend der Bereich der gemeinsamen Verantwortlichkeit im Zusammenhang mit den gemeinsamen Datenbanken aufgezeigt. Die Verantwortlichkeiten werden insofern nicht für sämtliche Datenbearbeitungen aller TU und Verbände geklärt. Es verbleibt vielmehr weiterhin die Aufgabe der einzelnen TU und Verbände, diese über die gemeinsamen Datenbanken hinausgehenden (gemeinsamen) Verantwortlichkeiten zu identifizieren und zu regeln.

Schliesslich ist zu beachten, dass nach wie vor viele Fragen rund um das Konzept und die Auswirkungen der gemeinsamen Verantwortlichkeit unklar und noch nicht gerichtlich geklärt sind. Einschätzungen

zur datenschutzrechtlichen Verantwortlichkeit in komplexen Bearbeitungsprozessen sind daher mit Unsicherheiten behaftet und gegebenenfalls an aktuelle Entwicklungen in der Praxis der Behörden und Gerichte anzupassen.

## 2.1 Bereich der gemeinsamen Verantwortlichkeit für die gemeinsamen Datenbanken

Die TU und Verbände sind bereits aufgrund der gesetzlichen Pflicht zur Durchführung der direkten Verkehre auf eine intensive Zusammenarbeit angewiesen. Dies erfordert auch einen Austausch von Personendaten. Durch die Erkenntnis, dass sich dieser Austausch und die Zusammenarbeit nur durch eine oder mehrere gemeinsame Datenbanken effizient gestalten lässt, unterhalten die TU und Verbände die gemeinsamen Datenbanken des ÖVs. Die Mittel und Zwecke der über diese Datenbank bearbeiteten Personendaten werden von den TU und Verbänden gemeinsam festgelegt und es besteht, wie bereits im Rahmen der GDSE festgestellt, eine gemeinsame Verantwortlichkeit.

Hauptsächlich sind folgende «Datenbanken» für das ReDÖV relevant und werden folgend zusammenfassend als «Gemeinsame Datenbanken des ÖVs» bezeichnet. Eine umfassende Übersicht über die gemeinsamen Datenbanken bietet der Branchenradar der Alliance SwissPass (s. <https://allianceswisspass.live.ionicsit.de/de>):

- NOVA (s. <https://confluence.sbb.ch/display/NOVAUG/NOVA+Services>)
- Inventarsysteme (CAPRE, ReSys, Backend RailAway Freizeit)

Diese gemeinsame Verantwortlichkeit erstreckt sich allerdings nicht auf jegliche Bearbeitungen, die in irgendeinem entfernten Zusammenhang mit NOVA stehen. So gilt die gemeinsame Verantwortlichkeit grundsätzlich nicht für die in den TU- oder Verbund-eigenen Datenbanken gespeicherten Daten, nur weil dieselben Daten zugleich auch in einer gemeinsamen Datenbank (NOVA) enthalten sind. Demgegenüber muss für sämtliche Bearbeitungsschritte, die eine Interaktion mit der gemeinsamen Datenbank erfordern, von einer gemeinsamen Verantwortlichkeit der TU und Verbände ausgegangen werden.

Insofern greift die gemeinsame Verantwortlichkeit bereits bei der Erhebung und der in der Regel gleichzeitig erfolgenden Übermittlung von Personendaten oder sonstigen durch Kundinnen und Kunden generierte Daten, die in der NOVA-Datenbank zu speichern sind. Damit verbunden ist auch die gemeinsame Verantwortlichkeit für die Speicherung/Aufbewahrung der Daten in der gemeinsamen Datenbank. Hierzu gehört weiter auch die Verwaltung der Daten in einem weiteren Sinne, also insbesondere die Löschung, Sperrung oder Berichtigung der Daten in den gemeinsamen Datenbanken. Gleichermassen sind auch das Auslesen, das Abgleichen oder Abfragen und die damit verbundene Bekanntgabe/Weitergabe der Daten aus der gemeinsamen Datenbank – zur Nutzung durch die Berechtigten nach Massgabe des vorliegenden Reglements – vom Bereich der gemeinsamen Verantwortlichkeit umfasst.

Hingegen ist nach der aktuellen Einschätzung der Rechtslage davon auszugehen, dass für die (Weiter-) Bearbeitung durch die Berechtigten – ohne Interaktion mit der gemeinsamen Datenbank – nach der Bekanntgabe keine gemeinsame Verantwortlichkeit besteht. Dies gilt zumindest dann, wenn die Bearbeitung ausschliesslich zum Zwecke einer einzelnen TU oder Verbunds erfolgt. Insofern wird beispielsweise der Versand von Mailings durch die TU-/Verbund-eigenen Tools (inkl. anschliessender Performance-Analysen) sowie die Auswertung, Analyse und Weiternutzung von Erkenntnissen über Kundinnen und Kunden im Rahmen der CRM-Software von TU/Verbänden keine gemeinsame Verantwortlichkeit vorliegen. Hier bestimmen die TU/Verbände, unter Einhaltung der Datenschutzgrundsätze, grundsätzlich frei und allein über die Zwecke und Mittel der Datenbearbeitung.

## 2.2 Zuständigkeiten im Bereich der Co-Verantwortlichkeit für die gemeinsamen Datenbanken

Im Zusammenhang mit dem definierten Bereich der gemeinsamen Verantwortlichkeit gilt es festzuhalten, dass – vorbehältlich abweichender expliziter schriftlicher Vereinbarungen – jede TU und jeder Verbund eigenständig für die Erfüllung der datenschutzrechtlichen Pflichten zu sorgen hat. Weder die gemeinsame Verantwortlichkeit noch die im Mandat durchgeführte Betreuung der Datenbanken durch den Mandatsnehmer entbindet von der datenschutzrechtlichen Haftung und Zuständigkeit für die datenschutzrechtliche Compliance jeder einzelnen TU und Verbunds.

Insbesondere hat deshalb jede TU und jeder Verbund dafür zu sorgen, dass an den Berührungspunkten («Touchpoints») unter seiner Kontrolle, wo Personendaten von Kundinnen und Kunden erhoben werden (z.B. Website, Apps oder Schalter), die gesetzlichen Informationspflichten, die Vorgaben der GDSE und die Anforderungen aus dem Rechtmässigkeitsgrundsatz (siehe auch Abschnitt 4.2) erfüllt werden.

Ebenso ist jede TU und jeder Verbund alleine dafür zuständig und verantwortlich, die bei ihr/ihm eingehenden Anfragen von Kundinnen und Kunden in Ausübung der Betroffenenrechte (Auskunft, Löschung, Berichtigung, Sperrung, Widerruf, Widerspruch, Datenübertragung etc.) zu beantworten und den entsprechenden gesetzlichen Pflichten nachzukommen. Weitere Informationen zum Auskunfts- und Lösprozess innerhalb des ÖV Schweiz sind unter folgendem Link zu finden: <https://www.allianceswisspass.ch/de/branchen-dienstleistungen/Datenmanagement>.

Die TU und Verbände sind allerdings verpflichtet, sich bei der Erfüllung dieser Pflichten im Bereich der gemeinsamen Verantwortlichkeit gegenseitig zu unterstützen. Dies gilt umso mehr, als die betroffenen Personen von Gesetzeswegen ihre Rechte grundsätzlich gegenüber jedem einzelnen Co-Verantwortlichen ausüben können. Darüber hinaus werden die nachfolgenden Nutzungsbestimmungen auch im Bewusstsein erlassen, dass die Nichteinhaltung der datenschutzrechtlichen Vorschriften durch eine einzelne TU oder einen einzelnen Verbund im Bereich der gemeinsamen Verantwortlichkeit dazu führen kann, dass andere TU/Verbände ebenfalls in Verfahren einbezogen und gegebenenfalls gar sanktioniert werden. Selbst wenn letztlich das Ausmass einer solchen Sanktion und anderer rechtlichen Konsequenzen für diejenige TU oder denjenigen Verbund mit dem grössten Verschulden am höchsten sein dürfte, führt dies zur Notwendigkeit und liegt es im Interesse aller, Regeln zur Nutzung der Daten in den gemeinsamen Datenbanken aufzustellen.

## Teil 1: Personalisierte Datennutzung

### 3 Geltungsbereich

Die Bestimmungen zum Teil I des ReDÖV enthalten Vorgaben dazu, wie Personendaten, welche durch den Verkauf von personalisierten Dienstleistungen in den gemeinsamen Datenbanken des ÖVs gespeichert werden, genutzt werden dürfen. Gegenstand des Regelwerks sind insbesondere die Zwecke Marketing, Marktforschung und Kundeninformation, d.h. Bearbeitungen, bei denen gleichzeitig eine – im Normalfall grössere – Auswahl an Daten verwendet werden. Einzelzugriffe auf die genannten Daten, z.B. über Programme wie CASA, welche im direkten Kundenkontakt benötigt werden, werden vom ReDÖV weder geregelt noch eingeschränkt. Die wichtigsten Handlungsanweisungen sind in der «Weisung zur Behandlung von Kundendaten» zu finden.

Die Vorschriften des vorliegenden Teil I des ReDÖVs gelten demnach nur für die Verarbeitungen der nachfolgend beschriebenen Daten aus den gemeinsamen Datenbanken des ÖVs.

#### 3.1 Betroffene Daten

Vom ReDÖV Teil I betroffene Daten sind Kunden- und Leistungsdaten, welche aus dem personalisierten Verkauf<sup>1</sup> von Sortimenten des Nationalen Direkten Verkehrs (NDV) und der Verbünde sowie TU-eigenen Sortimenten (TU als Tarifeigner) generiert und in den gemeinsamen Datenbanken des ÖVs gespeichert werden.

Für Leistungen, welche nicht mit einem Kundenprofil verknüpft sind, gleichwohl aber mit Personalien (Vorname, Name, Geburtsdatum) angereichert werden, sind besondere Bestimmungen im Kapitel 5 zu beachten. Diese Leistungen werden als «Gastkäufe» bezeichnet.

Nicht alle Nutzungsparteien sind berechtigt, alle im Folgenden aufgeführten Daten zu bearbeiten. Details bezüglich den Bearbeitungsrechten sind im Kapitel 5 geregelt.

##### Kunden- und Leistungsdaten

Bei den Kundendaten sind folgende Attribute für das Regelwerk relevant, obschon nicht in jedem Fall alle Attribute bekannt sind:

- Grundkarten-Nr.
- Kunden-Nr. (TKID, CKM...)
- Anrede
- Vorname
- Name
- Titel
- Werbung «Ja» / «Nein» (öV-Permission, SwissPass-Newsletter)
- Private Adresse
- Land
- Temporäre Adresse

---

<sup>1</sup> Ein personalisierter Verkauf im Sinne des ReDÖV liegt dann vor, wenn die Leistung eindeutig einem Kundenprofil zugewiesen werden kann. Gastkäufe werden im Sinne des ReDÖV nicht als personalisierte Verkäufe gewertet. Die Sichtweise des ReDÖV ist hierbei von einer datenschutzrechtlichen Beurteilung zu trennen. So sind auch Gastkäufe als Personendaten zu bewerten und entsprechend vertraulich bzw. gemäss den Datenschutzgrundsätzen zu behandeln.

- Telefon/Mobile
- E-Mail
- Rolle (Vertragspartner, Leistungsbezugsberechtigte etc.)
- Geburtsdatum
- Geodaten (Fusswegdistanzen, nächste Haltestelle, ÖV-Güteklasse)
- Kundensegment (9 Segmente gemäss Segmentierung NDV)<sup>2</sup>
- ÖV-Scoringwerte<sup>3</sup>
- Sprache
- Metadaten zum Kunden
  - Adresse geprüft (CH/LI gegen Verzeichnis der Post)
  - ID-Check durchgeführt
  - Geburtsdatum validiert
  - Adresse ungültig, d.h. Post kann nicht zugestellt werden

Bei den Leistungsdaten sind folgende Attribute für das Regelwerk relevant, obschon nicht bei allen Sortimenten die gleiche Ausprägung an Attributen vorliegt:

- Produkte-Nummer
- Produkte-Name
- Detaillierte Sortimentsbezeichnung (unter anderem Reiseklasse, Anzahl Zonen und Zonennummern, Gültigkeitsdauer, Tarifstufe, etc.)
- Abgangsort/Zonen
- Bestimmungsort/Zonen
- Verkaufsdatum
- Verkaufskanal und Verkaufsstelle
- Kundensegment
- Klasse
- Fahrart (Einzel, Retour, etc.)
- Trägermedium
- Geltungsbeginn und -ende
- Zugeordneter Reisender, Vertragspartner, Besteller, Begleitperson
- Speziell bei GA/HTA: GA-Verknüpfungen (Partner, Kind, etc.) / Automatische Erneuerung / Kündigungsinformationen

#### Sortimente des NDV

Als Sortimente des NDV gelten folgende (die Nennung beschränkt sich teilweise auf Kategorien, um den Pflegeaufwand gering zu halten):

##### *Abonnemente:*

- Generalabonnement (GA)
- Halbtax PLUS
- Halbtax (HTA)
- Monatsklassenwechsel (beispielsweise Strecke und GA)
- NDV-Streckenabonnement

---

<sup>2</sup> Die ÖV-Kundensegmente sind nicht direkt in NOVA gespeichert, können aber beim NDV-Mandatsträger angefragt werden.

<sup>3</sup> Die ÖV-Scoringwerte sind nicht direkt in NOVA gespeichert, können aber beim NDV-Mandatsträger angefragt werden.



- GA Night (ehem. seven25-Abo)
- Modul-Abo
- Juniorkarte, Kinder-Mitfahrkarte
- Velo-Pass
- Hunde-Pass
- Sortiment Swiss Travel System (Marketing-Mandat bei Swiss Travel System AG)
- Begleitabo

*Einzelfahrausweise:*

- Einzelbillett national und international
- Mehrfahrtenkarte
- Klassenwechsel und Multiklassenwechsel
- Sparbillette
- Tageskarte
- Gruppenbillett
- City-Ticket
- Velo-Tageskarte
- Anschlussbillette
- Reservationen (beispielsweise Gruppenreservierungen)
- Freizeitleistung NDV (RailAway)
- Gepäckprodukte (Reise- und Fluggepäck)

Sortimente der Verbände

Als Sortimente der Verbände gelten folgende (die Nennung beschränkt sich teilweise auf Kategorien, um den Pflegeaufwand gering zu halten):

*Abonnemente:*

- Monats- und Jahresabonnemente
- Bündner Generalabonnement (BÜGA)

*Einzelfahrausweise:*

- Einzelbillette
- Tageskarten / 24 Stunden-Karten
- Mehrfahrtenkarten
- Multi-Tageskarten
- Klassenwechsel und Multiklassenwechsel
- Anschlussbillette
- Freizeitleistung Verbände (RailAway)

Sortimente der Transportunternehmen (als Tarifeigner)

- Abonnemente (zum Beispiel P+Rail)
- Einzelfahrausweise (zum Beispiel Schiffsfahrten oder P+Rail)



Ausgeschlossene Sortimente

- SwissPass-Plus Leistungen (Kundenmehrwert)

## 4 Grundvoraussetzungen für die Datennutzung

Als Grundvoraussetzung für die Datennutzung gelten die in diesem Kapitel definierten Regeln. Die in Kapitel 5 festgelegten Berechtigungen für die Nutzung der oben definierten Daten in den genannten gemeinsamen Datenbanken gelten nur, wenn diese Voraussetzungen vollumfänglich erfüllt werden.

### 4.1 Einhaltung der GDSE

Erste Grundvoraussetzung für die Datennutzung nach Massgabe von Kapitel 5 ist die transparente Information der Kundinnen und Kunden über die Verwendung ihrer Personendaten. In diesem Sinne ist die Datennutzung erst gestattet, wenn die bearbeitenden TU/Verbünde/Dritte eine Datenschutzerklärung bereithalten, die den Anforderungen der jeweils geltenden Fassung der GDSE entspricht. Dies gilt unabhängig der spezifisch anwendbaren Datenschutzrechte (DSGVO, CH-DSG oder kantonale Datenschutzgesetze).

### 4.2 Erlaubnistatbestände und ÖV-Permission

Wie bereits in der GDSE (Mindeststandard 2.4) verankert, muss für jede Bearbeitung von Personendaten ein Erlaubnistatbestand (auch: «Rechtsgrundlage») vorliegen und in der Datenschutzerklärung angegeben werden (z.B. Einwilligung, überwiegendes berechtigtes Interesse oder Vertrags-Erfüllung). Im Bereich der werblichen Kundenansprache per E-Mail und per Post setzt die Branche auf eine Einwilligung («Opt-In»), welche fortan als «ÖV-Permission» bezeichnet wird. Die ÖV-Permission wird übergreifend für alle TU und Verbünde eingeholt. Auf diesem Weg gelangen auch Verbünde, welche selbst über keine Kundenschnittstellen im Vertrieb verfügen, zu einer Einwilligung zur werblichen Kundenansprache per E-Mail und per Post. Die weiterführenden Berechtigungen und Einschränkungen sind unter Kapitel 5 beschrieben.

#### 4.2.1 Bedeutung der Erlaubnistatbestände im Allgemeinen und geltende Anforderungen

In Bezug auf die gemeinsamen Datenbanken ist es zentral, dass alle an der Erhebung der oben definierten Personendaten Beteiligten (also nebst TU und Verbänden auch Dritte, welche ÖV-Sortimente vermitteln) bereits bei der Erhebung die Voraussetzungen schaffen, damit die jeweiligen Erlaubnistatbestände greifen können und diese auch für anschliessende und darauf beruhende Bearbeitungen durch alle anderen TU und Verbünde gelten. Insofern müssen alle Beteiligten ihren Teil dazu beitragen, dass für die Datenbearbeitungen im Zusammenhang mit den gemeinsamen Datenbanken ein Erlaubnistatbestand vorliegt, der für sämtliche TU und Verbünde gilt.

Auch für die Umsetzung dieser Vorgabe ist es zentral, dass bei der Erhebung von Personendaten im oben beschriebenen Sinne eine korrekte Information nach Massgabe der jeweils gültigen Fassung der GDSE erfolgt. Durch die Vorgaben der GDSE wird in Bezug auf die erforderlichen Informationen die Basis dafür gelegt, dass letztlich bei der Erhebung von Daten ein Erlaubnistatbestand vorliegt. Namentlich muss nach den Vorgaben der GDSE – unter Nennung des jeweiligen Erlaubnistatbestands – auf die gemeinsame Verantwortlichkeit, die gemeinsamen Datenbanken sowie die damit verbundenen Datenweitergaben an die TU und Verbünde hingewiesen werden.

Abgesehen von der soeben geschilderten Vorgabe, der Einhaltung der Mindeststandards in der GDSE sowie der unten umschriebenen Ausnahme der ÖV-Permission, bleiben die Beteiligten jedoch grundsätzlich frei, wie die Anforderungen aus dem Grundsatz der Rechtmässigkeit umgesetzt werden. Zentral ist aber, dass für sämtliche Datenbearbeitungen und Nutzungszwecke das Vorliegen von einer oder

mehreren Rechtsgrundlagen sichergestellt wird. Wie in den Musterformulierungen der aktuellen Fassung der GDSE zum Ausdruck gebracht, müssen sämtliche Bearbeitungen rund um folgende Themen von einer Rechtsgrundlage abgedeckt sein:

- Marketing
- Marktforschung
- Kundeninformation
- Kundenservice<sup>4</sup>
- Produktentwicklung (Sortiment, Kanal, Angebotsplanung)
- Einnahmenverteilung
- Statistiken, und Analysen

Für die Bearbeitungen im Zusammenhang mit der werblichen Kundenansprache per E-Mail und per Post, gilt es jedoch die besonderen Vorgaben des nachfolgenden Abschnitts zur ÖV-Permission zu beachten.

#### 4.2.2 Anforderungen an die Einholung der ÖV-Permission

Aus dem datenschutzrechtlichen Grundsatz der Rechtmässigkeit sowie aus den Vorgaben des Werberechts ergibt sich in bestimmten Konstellationen die Pflicht, eine Einwilligung (Opt-In) der Kundinnen und Kunden für die Bearbeitung seiner Personendaten einzuholen. Eine solche Pflicht kann namentlich für die Zustellung von Werbe-E-Mails bestehen. Zur langfristigen Sicherstellung des Vertrauens der Kundinnen und Kunden muss fortan spätestens beim Verkauf der oben definierten personalisierten Leistungen eine ÖV-Permission für die werbliche Kundenansprache per E-Mail und per Post in Form des Opt-In eingeholt werden.

Aus diesem Grundsatzentscheid folgt für alle Vermittler der genannten Leistungen die Pflicht, im Rahmen des Verkaufs- bzw. Bestellprozesses für diese Leistungen eine Option vorzusehen, mit welcher die betroffenen Personen ihr Opt-In zu den Bearbeitungen für die werbliche Kundenansprache per E-Mail und per Post erteilen können. Im Online-Bereich oder in Print-Bestellformularen wird dies über eine Checkbox gelöst, welche nicht vorangekreuzt ist. Offline (z.B. am POS) wird eine entsprechende, offene Frage gestellt. Die Checkbox bzw. Frage ist zumindest im Verkaufsprozess vorzusehen, wobei sie freiwillig auch an anderen Stellen (z.B. bei der Registrierung für ein Kundenkonto ausserhalb des Bestellprozesses oder einer Newsletter Anmeldung) vorgesehen werden können.

Damit für Kundinnen und Kunden klar ist, wofür die Einwilligung steht, muss dies in klarer und verständlicher Form kommuniziert werden. Daraus muss hervorgehen, dass der Klick auf die Checkbox oder die mündliche Zusage eine datenschutzrechtliche Einwilligung für die werbliche Kundenansprache per E-Mail und per Post durch die TU bzw. Verbünde darstellt und dass die Einwilligung jederzeit widerrufen werden kann. Darüber hinaus muss zum Ausdruck gebracht werden, dass über die unmittelbar verlinkte bzw. ausgehändigte Datenschutzerklärung weiterführende Informationen abgerufen werden können. Durch den Text der Checkbox bzw. die Kommunikation sowie die Informationen in der Datenschutzerklärung muss sichergestellt sein, dass sich der Umfang der Einwilligung auf sämtlichen oben definierten Daten sowie sämtliche Datenbearbeitungsschritte durch sämtliche TU und Verbünde im Zusammenhang mit der werblichen Kundenansprache per E-Mail und per Post erstreckt. Zu beachten ist in diesem

---

<sup>4</sup> Hinweis zur gestützten Erneuerung, welche z.B. für Modul-/Streckenabos sowie für Verbundabos durchgeführt wird: Bei der Kontaktaufnahme zum Zweck der gestützten Erneuerung kann davon ausgegangen werden, dass diese aus vertraglichen Gründen gerechtfertigt ist und somit nicht von der ÖV-Permission abhängig gemacht werden muss. Beim Fehlen der ÖV-Permission ist allerdings auf werbliche Inhalte in den Nachrichten zur gestützten Erneuerung zu verzichten.

Zusammenhang, dass das Erfordernis einer Einwilligung für werbliche Kundenansprachen per E-Mail oder per Post in einem weiten Sinne verstanden werden muss. Hierzu können auch E-Mails oder Mailings zählen, die in der internen Terminologie von TU und Verbänden als «Marktforschung» oder «Kundeninformation» behandelt werden.

Bei der Umsetzung dieser Anforderungen ist eine Orientierung an nachfolgendem Muster empfohlen. Es ist demnach bei der Einwilligungsmöglichkeit (im Online-Bereich entspricht dies einer Checkbox) mindestens sinngemäss wie im Muster zu informieren: D.h. ein kurzer Text unmittelbar bei der Checkbox und ein etwas ausführlicherer, erklärender Text leicht abgesetzt. Die in eckige Klammern [...] gesetzten Inhalte sind gemäss dem zuständigen TU, dem zuständigen Verbund oder dem zuständigen Dritten zu ergänzen. Im Übrigen sind die Vorgaben der GDSE zu beachten.

*Ich möchte auf mich zugeschnittene Informationen und Angebote (z.B. Neuheiten, Gutscheine, Aktionen oder Kundenbefragungen) von [Unternehmen] sowie von anderen Unternehmen des öffentlichen Verkehrs per E-Mail, Post oder SMS erhalten.*

*Mit dem Klick erteilen Sie uns und den anderen Unternehmen Ihre Einwilligung für die Bearbeitung Ihrer Personendaten zur Zustellung der Inhalte sowie für die damit verbundenen Bearbeitungsschritte (z.B. Profiling). Angebote und Informationen umfassen z.B. Werbung für interessante Dienstleistungen und Produkte, aber auch Gutscheine oder Aktionen, von welchen Sie profitieren können, sowie Einladungen zu Kundenbefragungen. Sie haben jederzeit die Möglichkeit, Ihre Zustimmung wieder zu entziehen. Bei den Unternehmen des öffentlichen Verkehrs handelt es sich um einen Zusammenschluss von über 240 Transportunternehmen (TU) und Verbänden des öffentlichen Verkehrs. Die einzelnen TU und Verbände sind hier aufgeführt [Link auf: <https://www.allianceswisspass.ch/de/Themen/Datenschutz/Uebersicht-Transportunternehmen-und-Verbuende>]. Weitere Informationen erhalten Sie in unserer Datenschutzerklärung unter [LINK].*

#### 4.2.3 Abmeldung/Widerruf

Kundinnen und Kunden, die ihre Einwilligung erteilt haben, müssen die Einwilligung jederzeit widerrufen können. Zu diesem Zweck ist eine zentralisierte Möglichkeit zu schaffen, sich von der ÖV-Permission abzumelden. Zur Umsetzung ist mindestens eine Information in der Datenschutzerklärung auf diese Abmeldemöglichkeit aufzunehmen. Zu beachten sind dabei die Vorgaben der GDSE. Möglich ist zusätzlich auch die Bereitstellung einer Abmeldemöglichkeit in einem allfälligen Kundenkonto.

Des Weiteren müssen die betroffenen Personen bei jeder werblichen Kundenansprache die Möglichkeit haben, sich von weiteren werblichen Kontaktaufnahmen per E-Mail oder Post abzumelden. Die Abmeldung muss einfach und kostenlos möglich sein (z.B. Klick auf einen Abmeldelink bei E-Mails oder Angabe einer E-Mail-Adresse für die Abmeldung bei postalischen Sendungen). Die Abmeldemöglichkeit in den einzelnen E-Mails oder Mailings ist so auszugestalten, dass der Standard-Widerruf nur als Entzug der Marketing-Permission des jeweiligen Absender-TU-/Verbunds gilt. Bei der Umsetzung dieser Vorgabe ist dies klar zum Ausdruck zu bringen. Zusätzlich ist ein Hinweis auf die Abmeldemöglichkeit von der ÖV-Permission für sämtliche TU und Verbände aufzunehmen. Erlaubt ist sodann bei der Zielseite des Abmeldelinks eine Differenzierungsmöglichkeit für bestimmte Formen von Werbe/Info-Mails des betreffenden TU/Verbunds vorzusehen, wobei die Abmeldemöglichkeit weiterhin einfach möglich und transparent sein muss.

Bei der Umsetzung dieser Anforderungen ist eine Orientierung an nachfolgendem Muster empfohlen. Die beiden Abmeldungsvarianten sind demnach mindestens sinngemäss wie im Muster zu beschreiben. Die in eckige Klammern [...] gesetzten Inhalte sind gemäss dem zuständigen TU, dem zuständigen Verbund oder dem zuständigen Dritten zu ergänzen:

E-Mail	Print
<p>Falls Sie von [Name TU/Verbund] keine weiteren Informationen und Angeboten mehr erhalten möchten, klicken Sie hier [Link].</p> <p>Falls Sie generell keine Informationen und Angeboten von Unternehmen des öffentlichen Verkehrs erhalten möchten, kontaktieren Sie uns über folgenden Link [Einheitlicher Link für alle TU/Verbünde/Vertriebsbeauftragte/Dritte folgt].</p>	<p>Falls Sie von [Name TU/Verbund] keine weiteren Informationen und Angeboten mehr erhalten möchten, nimmt unser Contact Center Ihre Abmeldung telefonisch unter [Telefonnummer] oder per Webformular [Link] entgegen.</p> <p>Falls Sie generell keine Informationen und Angebote von Unternehmen des öffentlichen Verkehrs erhalten möchten, nimmt unser Contact Center Ihre Abmeldung telefonisch unter [Telefonnummer] oder per Webformular [Link] entgegen.</p>

#### 4.2.4 Einlieferung der Personendaten und der Einwilligungsnachweise in die Datenbanken

Grundvoraussetzung für die Nutzung der gemeinsamen Datenbanken nach Massgabe der Berechtigungen in Kapitel 5 ist ferner die Einlieferung der erforderlichen Daten. Diese Anforderung ist nebst dem ReDÖV auch in den NOVA-Nutzungsbedingungen (Anlage 12 zum Ue500 V2.8, Ziff. 5.4) festgehalten. Konkret müssen die oben definierten Daten aus dem Verkauf der personalisierten Leistungen in den gemeinsamen Datenbanken hinterlegt werden. In Bezug auf die Einlieferung der Daten gilt folgende Übersicht der verschiedenen Varianten sowie deren Ausprägung:

	Einliefern an NOVA für das ReDÖV Teil I	Von der Einlieferung für das ReDÖV Teil I ausgeschlossen
<b>Automatisches Ticketing (AT)</b>	In jedem Fall einzuliefern sind: <ul style="list-style-type: none"> <li>- NOVA-Kunde (eindeutig identifiziert mit TKID)</li> <li>- Bei Neuanmeldung in NOVA:               <ul style="list-style-type: none"> <li>o Stammdaten (mind. Vor-/Nachname, Geburtsdatum)</li> <li>o Kontaktdaten (mind. E-Mail oder Mobile Nr.)</li> </ul> </li> <li>- Verkauftes Sortiment (welches per Tagesende abgerechnet wird (Tageskonsum))</li> <li>- ÖV-Permission (ja/nein)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Daten zum Trip («Perlschnur») (Hinweis: Die Einlieferung der Trip-Daten zur Tarifberechnung ist nicht Teil des ReDÖV)</li> <li>- GPS-Profile (Standortdaten)</li> </ul>
<b>Personalisierte Online- und Mobile Tickets</b>	Kunden- und Leistungsdaten gem. Ziffer 3.1	Gastkäufe
<b>Persönliche Abonnemente</b>	Kunden- und Leistungsdaten gem. Ziffer 3.1	-

Darüber hinaus ist dafür zu sorgen, dass die von den Kundinnen und Kunden eingeholte Einwilligung auch nachgewiesen werden kann und in revisionstauglicher Form in die Datenbanken eingeliefert wird.

#### **4.2.5 Marketing-Permission von TU und Verbänden**

Den einzelnen TU und Verbänden bleibt es im Übrigen weiterhin möglich, nebst der ÖV-Permission weitere spezifische Einwilligungen einzuholen (Permissions für «Special Interests» oder für eigene Kundendatenerfassung ohne Kontext zu vermittelten öV-Leistungen wie zum Beispiel für Wettbewerbe).

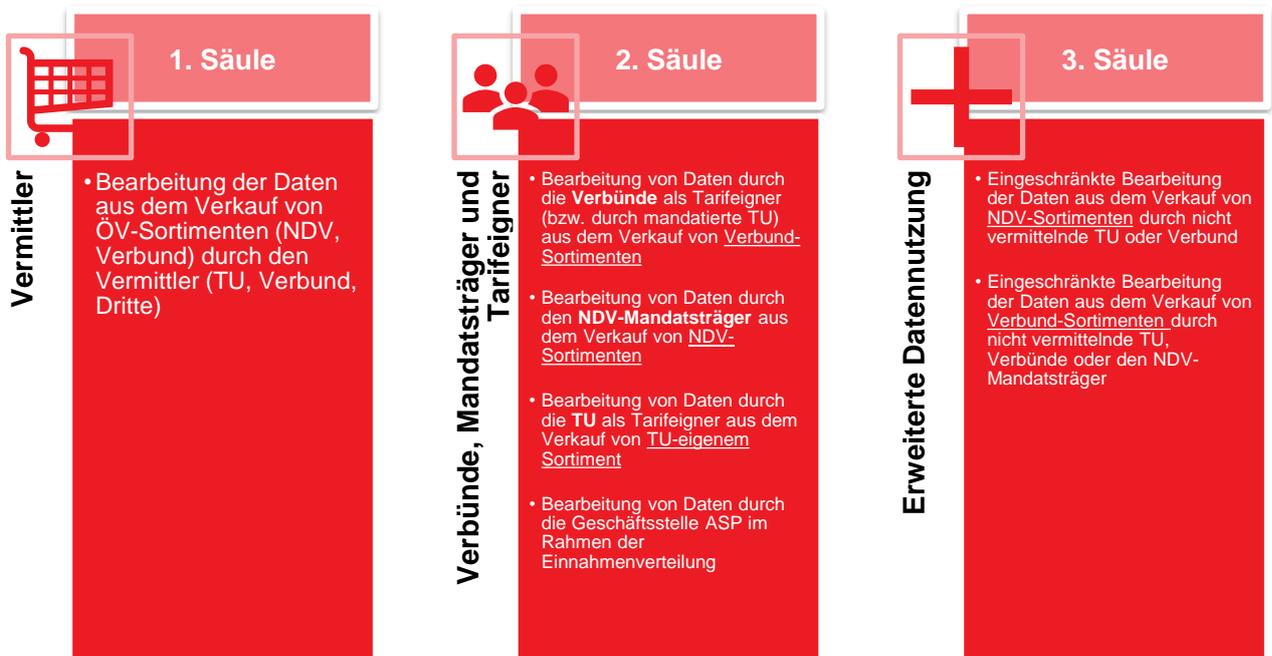
Unter «Special Interests» werden Newsletter für klar abgegrenzte Zielgruppen mit besonderen Interessen (wie z.B. Schulreisen oder Schifffahrten) verstanden. Bei den entsprechenden Datenbearbeitungen sowie der Einholung von Einwilligungen hierfür werden die Beteiligten jedoch zu einer gewissen Zurückhaltung aufgefordert, um die mit dem vorliegenden Regelwerk verfolgten Ziele und das Vertrauen der Kundinnen und Kunden in die TU und Verbände nicht zu gefährden.

#### **4.2.6 Kein (berechtigter) Widerspruch und kein Widerruf der Permission**

Weitere Grundvoraussetzung für die Berechtigungen im Sinne von Kapitel 5 ist ferner, dass die Kundin oder der Kunde keinen (berechtigten) Widerspruch gegen die Datenbearbeitung eingelegt hat und insbesondere seine Einwilligung in die werbliche Kundenansprache nicht entzogen hat.

## 5 Nutzungsbestimmungen: Berechtigungen und Einschränkungen

Folgende Darstellung zeigt die Regelungsbereiche des ReDÖV. Es werden dabei drei Datennutzungsbereiche unterschieden, welche in der Folge detailliert spezifiziert werden.



In folgender Übersicht sind die Datennutzungsrechte der verschiedenen Parteien als Übersicht dargestellt. Es gelten unverändert der Geltungsbereich aus Kapitel 3 sowie die Grundvoraussetzungen für die Datennutzung gemäss Kapitel 4.

	TU	Verbund	NDV-Mandatsträger	Geschäftsstelle ASP	Dritte
<b>Daten aus dem Verkauf von NDV-Sortiment</b>	Sofern die TU die Leistung vermittelt hat oder im Rahmen der erweiterten Datennutzung.	Sofern der Verbund die Leistung vermittelt hat oder im Rahmen der erweiterten Datennutzung (Cross-Marketing).	Bearbeitung aller Daten im Rahmen des Mandats, unabhängig des Vermittlers.	Bearbeitung aller Daten im Rahmen des Mandats, unabhängig des Vermittlers.	Sofern der Dritte die Leistung vermittelt hat.
<b>Daten aus dem Verkauf von Verbund-Sortiment</b>	Sofern die TU die Leistung vermittelt hat oder im Rahmen der erweiterten Datennutzung.	Bearbeitung im Rahmen des Verbundmandats unabhängig des Vermittlers oder im Rahmen der erw. Datennutzung.	Nur im Rahmen der erweiterten Datennutzung (Cross-Marketing).	-	Sofern der Dritte die Leistung vermittelt hat.
<b>Daten aus dem Verkauf von TU-eigenem Sortiment</b>	Sofern die TU die Leistung vermittelt hat oder im Rahmen der erweiterten Datennutzung	Sofern der Verbund die Leistung vermittelt hat oder im Rahmen der erweiterten Datennutzung.	Nur im Rahmen der erweiterten Datennutzung	-	Sofern der Dritte die Leistung vermittelt hat.
<b>Erweiterte Datennutzung</b>	Max. 2 x jährlich	Max. 2 x jährlich	Jeweils im Zusammenhang mit einer erw. Datennutzung eines Verbundes (Cross-Marketing)	-	-

Anmerkung: Eine SAV-Leistung wird als separate Leistung mit jeweiligem Vermittler betrachtet.

## 5.1 1. Säule: Datennutzung durch Vermittler



Dieses Kapitel umfasst die Regelung der Datennutzung durch Vermittler. Die Rolle des Vermittlers nimmt diejenige TU bzw. derjenige Verbund oder Dritte ein, welcher eine Leistung vermittelt hat. Trotz identischer Definition der Entstehung des Nutzungsrechts bestehen unterschiedliche Berechtigungen und Einschränkungen bei TU, Verbänden sowie Dritten in der Vermittler-Rolle, weshalb pro Rolle ein Kapitel erstellt wurde.

### 5.1.1 Transportunternehmen

#### 5.1.1.1 Berechtigungen

TU dürfen Daten im Sinne des Geltungsbereichs des ReDÖV (siehe Kapitel 3) bearbeiten, welche durch den Verkauf von Leistungen der genannten Sortimente (NDV, Verbände und TU-Sortiment als Tarifeigner) durch sie generiert wurden. Die TU gilt dann als «Vermittler».

Bei Sortimenten mit automatischer Erneuerung (z.B. GA und HTA) gilt diejenige TU bzw. derjenige Verbund als Vermittler, welche das entsprechende Abonnement ursprünglich verkauft hat. Wird das Abonnement gekündigt und später über eine andere TU bzw. einen anderen Verbund neu erstellt, gilt die neue TU bzw. der neue Verbund als Vermittler der neuen Leistung.

TU dürfen die genannten Daten zu denjenigen Zwecken bearbeiten, welche bei der Erhebung der Daten angegeben wurden. Vorbehalten bleiben neben den gesetzlichen Vorschriften die Grundvoraussetzungen in Kapitel 4 (insbesondere das Vorhandensein einer gültigen ÖV-Permission bei werblicher Kontaktaufnahme) sowie die nachfolgenden Einschränkungen.

#### 5.1.1.2 Einschränkungen und Bearbeitungsfristen

Das Nutzungsrecht gemäss Ziffer 5.1.1.1 für die Kontaktaufnahme mit Kundinnen und Kunden erlischt, sofern der/die betreffende Person, während 730 Tagen (2 Jahre) keine ÖV-Sortimente mehr gekauft hat. Diese Frist läuft ab dem des letzten Geltungstages einer ÖV-Leistung folgenden Tages. Anschliessend ist der Zugriff auf diese Daten zu diesen Zwecken zu sperren.

Bei einer werblichen Kundenansprache ist auf die Ansprache von unter 16-Jährigen zu verzichten.

Gastkäufe gemäss Ziffer 3.1 dürfen nicht für die werbliche Kundenansprache verwendet werden.

Die auf ein Verbund-Abonnement bezogenen Notifikation von Kundinnen und Kunden (gestützte Erneuerung) obliegt dem Verbund/Tarifeigner.

### 5.1.2 Verbände

#### 5.1.2.1 Berechtigungen

Verbände dürfen Daten im Sinne des Geltungsbereichs des ReDÖV (siehe Kapitel 3) bearbeiten, welche durch den Verkauf der genannten Sortimente durch sie generiert wurden. Der Verbund gilt dann als «Vermittler».

Bei Sortimenten mit automatischer Erneuerung (z.B. GA und HTA) gilt derjenige Verbund als Vermittler, welche das entsprechende Abonnement ursprünglich verkauft hat. Wird das Abonnement gekündigt und später über eine andere TU bzw. einen anderen Verbund neu erstellt, gilt die neue TU bzw. der neue Verbund als Vermittler.

Verbünde dürfen Kundendaten zu denjenigen Zwecken bearbeiten, welche bei der Erhebung der Daten angegeben wurden. Vorbehalten bleiben neben den gesetzlichen Vorschriften die Grundvoraussetzungen in Kapitel 4 (insbesondere das Vorhandensein einer gültigen ÖV-Permission bei werblicher Kundenansprache) sowie die nachfolgenden Einschränkungen.

#### *5.1.2.2 Einschränkungen und Bearbeitungsfristen*

Das Nutzungsrecht gemäss Ziffer 5.1.2.1 für die Kontaktaufnahme mit Kundinnen und Kunden erlischt, sofern der/die betreffende Person, während 730 Tagen (2 Jahre) keine ÖV-Sortimente mehr gekauft hat. Diese Frist läuft ab dem des letzten Geltungstages einer ÖV-Leistung folgenden Tages. Anschliessend ist der Zugriff auf diese Daten zu diesen Zwecken zu sperren.

Bei einer werblichen Kundenansprache ist auf die Ansprache von unter 16-Jährigen zu verzichten.

Gastkäufe gemäss Ziffer 3.1 dürfen nicht für die werbliche Kundenansprache verwendet werden.

### **5.1.3 Dritte**

#### *5.1.3.1 Berechtigungen*

Dritte dürfen Daten im Sinne des Geltungsbereichs des ReDÖV (siehe Kapitel 3) bearbeiten, welche durch den Verkauf der genannten Sortimente durch sie generiert wurden. Der Dritte gilt dann als «Vermittler».

Sie dürfen diese zu denjenigen Zwecken bearbeiten, welche bei der Erhebung der Daten angegeben wurden. Vorbehalten bleiben neben den gesetzlichen Vorschriften die Grundvoraussetzungen in Kapitel 4 (insbesondere das Vorhandensein einer gültigen ÖV-Permission bei werblicher Kundenansprache) sowie die nachfolgenden Einschränkungen.

#### *5.1.3.2 Einschränkungen und Bearbeitungsfristen*

Gastkäufe gemäss Ziffer 3.1 dürfen nicht für die werbliche Kundenansprache verwendet werden.

Dritte sind selbst dafür verantwortlich, die Dauer der werblichen Kundenansprache nach der Erteilung der ÖV-Permission so festzulegen, dass sie den rechtlichen Vorgaben entspricht.

## 5.2 2. Säule: Verbünde, Mandatsträger und TU als Tarifeigner



Dieses Kapitel regelt die Datennutzungsmöglichkeiten, welche die Verbünde und die TU als Tarifeigner, bzw. die beauftragten TU (in ihrer Rolle als Mandatsträger) sowie der NDV-Mandatsträger wahrnehmen. Ebenfalls ist die Rolle der Geschäftsstelle der ASP im Zusammenhang mit dem Auftrag der Einnahmeverteilung abgebildet.

### 5.2.1 Verbünde

#### 5.2.1.1 Berechtigungen

Verbünde, bzw. von Verbänden beauftragte (mandatierte) TU dürfen Daten im Sinne des Geltungsbereichs des ReDÖV (siehe Kapitel 3) bearbeiten, welche beim Verkauf durch sie, eine TU oder Dritte von Sortimenten des eigenen Verbundes generiert wurden.

Verbünde dürfen die genannten Leistungen zu denjenigen Zwecken bearbeiten, welche bei der Erhebung der Daten angegeben wurden. Vorbehalten bleiben neben den gesetzlichen Vorschriften die Grundvoraussetzungen in Kapitel 3 sowie die nachfolgenden Einschränkungen.

Die auf ein Verbund-Abonnement bezogene Notifikation von Kundinnen und Kunden (gestützte Erneuerung) obliegt dem Verbund/Tarifeigner.

#### 5.2.1.2 Einschränkungen und Bearbeitungsfristen

Gastkäufe gemäss Ziffer 3.1 dürfen nicht für die werbliche Kundenansprache verwendet werden.

Das Nutzungsrecht gemäss Ziffer 5.2.1.1 für die Kontaktaufnahme mit Kundinnen und Kunden erlischt, sofern der/die betreffende Person, während 730 Tagen (2 Jahre) keine ÖV-Sortimente mehr gekauft hat. Diese Frist läuft ab dem des letzten Geltungstages einer ÖV-Leistung folgenden Tages. Anschliessend ist der Zugriff auf diese Daten zu diesen Zwecken zu sperren.

Wenn die auf ein Verbunds-Abonnement bezogene Notifikation von Kundinnen und Kunden (z.B. gestützte Erneuerung) eine Verlinkung auf einen digitalen Vertriebskanal enthalten, müssen sie jeweils in den digitalen Vertriebskanal der TU, bei welcher der letzte Kauf des Verbunds-Abonnements getätigt wurde, verlinken.

Bei einer werblichen Kundenansprache ist auf die Ansprache von unter 16-Jährigen zu verzichten.

### 5.2.2 NDV-Mandatsträger

#### 5.2.2.1 Berechtigungen

Der NDV-Mandatsträger darf Daten aus dem Verkauf von NDV-Sortimenten im Sinne des Geltungsbereichs des ReDÖV (siehe Kapitel 3) bearbeiten, welche durch TU, Verbünde und Dritte generiert wurden. Für die Bereitstellung der ÖV-Kundensegmentierung und ÖV-Scorings gelten die nachfolgenden Präzisierungen:

#### ÖV-Kundensegmentierung

Die Kundensegmente werden auf der Grundlage von anonymen Marktforschungen gebildet. Diese beinhalten die Aspekte Bedürfnis der Kundinnen und Kunden (beispielsweise steht der Preis oder die Leistung im Vordergrund) sowie den Abo-Besitz bzw. die Nutzung des öffentlichen Verkehrs. Für die Berechnung der Segmente werden sämtliche Daten aus der 2. Säule (NDV- und Verbund-Sortimente) verwendet. Es handelt sich dabei um eine ÖV-Segmentierung.

Die Segmentzuordnung erfolgt typischerweise aufgrund der nachfolgenden Attribute:

- Abo-Typ aktuell (GA, Halbtax etc.)
- Abo-Klasse aktuell
- Abo-Historie (Dauer Abo-Besitz bis 5 Jahre)
- Alter des Kunden

Die ÖV-Kundensegmente werden zur Zielgruppendefinition von anonymen und personalisierten Marketingkampagnen verwendet. Die ÖV-Kundensegmente können bei der NDV-Mandatsträgerin bezogen werden.

#### ÖV-Scoring (Affinitäten und Scoringwerte)

Mithilfe von sämtlichen Daten aus der 2. Säule (NDV- und Verbund-Sortimente) werden Affinitäten pro Kundin resp. Kunde ermittelt und daraus Scoringwerte für den ganzen ÖV berechnet. Diese Scoringwerte werden den Kundinnen und Kunden zugewiesen und können bei der NDV-Mandatsträgerin bezogen werden.

Im Übrigen ergibt sich der Umfang der Datennutzung aus dem Pflichtenheft Mandate Alliance SwissPass (Anlage 11 zum Ue500 V 2.8, insbesondere Kapitel 6, spezifische Bestimmungen des Mandats der SBB AG) und ist auf die darin beschriebenen Zwecke beschränkt. Vorbehalten bleiben neben den rechtlichen Vorschriften die Grundvoraussetzungen in Kapitel 4 sowie die nachfolgenden Einschränkungen.

#### Halbtax PLUS

Bei der Bewerbung von Halbtax PLUS dürfen Verbundsortimente in den entsprechenden Direct-Mailing-Massnahmen berücksichtigt werden (Einschränkungen s. 5.2.2.2). Ebenso darf der NDV-Mandatsträger für Analysen rund ums Halbtax PLUS (z.B. Ertragswirkung, Ab-/Zuwanderung, potentielle Kund:innen) im Sinne der Gesamtbranche sämtliche Verbundsortimente verwenden.

#### 5.2.2.2 Einschränkungen und Bearbeitungsfristen

Das Nutzungsrecht gemäss Ziffer 5.2.2.1 für die Kontaktaufnahme mit Kundinnen und Kunden erlischt, sofern der/die betreffende Kunde/in während 730 Tagen (2 Jahre) keine NDV-Sortimente mehr gekauft hat. Die Frist läuft ab dem des letzten Geltungstages einer NDV-Leistung folgenden Tages. Anschliessend ist der Zugriff auf diese Daten zu diesen Zwecken zu sperren.

Für analytische Zwecke (z.B. Affinitäten und Scoringwerte ermitteln und zuweisen) gilt ein maximales Nutzungsrecht von insgesamt 5 Jahren, welche sich aus dem oben beschriebenen Aktivitätszeitraum von 2 Jahren sowie einer Datenhistorie von 3 Jahren zusammensetzt, natürlich stets unter Berücksichtigung der ÖV-Permission. Die Kundenansprache ist nur während dem oben beschriebenen Aktivitätszeitraum von 2 Jahren zulässig.

Bei der Bewerbung von Generalabonnements gilt in Bezug auf die Verbundabonnements folgende Regelung, welche von der KoM per 20.11.2020 erlassen und per 15.12.2023 angepasst wurde. Die Hoheit dieser Regelung obliegt weiterhin bei der KoM und wird an dieser Stelle wiedergegeben:



*Kundinnen und Kunden mit Verbundabonnements, welche die Schwellenwerte von CHF 2'480 (2. Klasse) sowie CHF 4'390 (1. Klasse) erreichen bzw. überschreiten, werden in den entsprechenden Upsell-Massnahmen nicht berücksichtigt.*

Bei der Bewerbung von Halbtax PLUS gilt in Bezug auf Verbundabonnements folgende Regelung, welche von der KoM am 15.12.2023 erlassen wurde. Die Hoheit dieser Regelung obliegt weiterhin bei der KoM und wird an dieser Stelle sinngemäss wiedergegeben:

*Kundinnen und Kunden mit aktuell gültigen Verbunds-Jahres-Abonnements und aktuell gültigem sowie insgesamt drei oder mehr gelösten Verbund-Montas-Abonnements innerhalb des vergangenen Jahres werden in den entsprechenden Upsell-Massnahmen nicht berücksichtigt.*

Bei der Bewerbung von neu eingeführten Sortimenten des NDV ist die allfällige Kannibalisierung von anderen Tarifen zu prüfen und in Absprache mit den Tarifeignern allfällige Einschränkungen (analog der Einschränkung beim Generalabonnement) zu definieren.

Bei NDV-Kampagnen zu ÖV-Sortimenten definiert die Mandatsträgerin den Adressatenkreis. Die gleichen Kundinnen und Kunden dürfen durch nicht mandatierte TU/Verbünde mit dem gleichen Kampagneninhalte nicht angeschrieben werden. Es steht die Option offen, dass nicht mandatierte TU / Verbünde über ein zusätzliches Mailing eigene – gemäss Säule 1. (Rolle «Vermittler») – über die NDV-Selektion hinausgehende Kundinnen und Kunden anschreibt. Dadurch kann eine grössere Kundschaft mit dem gleichen Inhalt erreicht werden. Das bedeutet, dass die Kundinnen und Kunden, welche durch die Mandatsträgerin angeschrieben wurden, in den Selektionen der TU / Verbünde ausgeschlossen werden müssen. Dazu werden die Kundendaten (TKID) in der Selektion des TU / Verbunds an die NDV-Mandatsträgerin übermittelt. Die Mandatsträgerin meldet der/dem TU/Verbund, welche der Kundinnen und Kunden (TKID) in dessen Selektion entfernt werden müssen, da diese bereits Teil der Selektion der NDV-Kampagne sind.

Wenn die auf ein NDV-Abonnement bezogene Notifikation von Kundinnen und Kunden (z.B. gestützte Erneuerung) eine Verlinkung auf einen digitalen Vertriebskanal enthalten, müssen sie jeweils in den digitalen Vertriebskanal der TU, bei welcher der letzte Kauf des NDV-Abonnements getätigt wurde, verlinken.

Bei einer werblichen Kundenansprache ist auf die Ansprache von unter 16-Jährigen zu verzichten.

### **5.2.3 Geschäftsstelle Alliance SwissPass (GS ASP)**

#### **5.2.3.1 Berechtigungen**

Die GS ASP darf Daten aus dem Verkauf von NDV-Sortimenten im Sinne des Geltungsbereichs des ReDÖV (siehe Kapitel 3) bearbeiten, welche durch TU, Verbünde und Dritte generiert wurden.

Der Umfang der Datennutzung ergibt sich aus dem Pflichtenheft Geschäftsstelle (Anlage 9 zum Ue500 V 2.8, Kap 3.4.3 b) und ist auf die darin beschriebenen Zwecke beschränkt.

#### **5.2.3.2 Einschränkungen und Bearbeitungsfristen**

Das Nutzungsrecht gemäss Ziffer 4.2.3.1 erlischt, sofern der/die betreffende Kunde/in während 730 Tagen (2 Jahre) keine NDV-Sortimente mehr gekauft hat. Die Frist läuft ab dem des letzten Geltungstages der letztgekauften Leistung folgenden Tag. Anschliessend ist der Zugriff auf diese Daten zu diesen Zwecken zu sperren.

## 5.3 3. Säule: Datennutzung im Rahmen der erweiterten Datennutzung



In diesem Kapitel wird der Regelungsbereich der erweiterten Datennutzung beschrieben. Eine erweiterte Datennutzung bezeichnet die Datennutzung durch TU und Verbände, welche der folgenden Definition entspricht:

- betrifft Kundinnen und Kunden, für welche der antragsstellenden TU bzw. dem antragsstellenden Verbund kein sonstiges Bearbeitungsrecht im Sinne des ReDÖV zusteht.
- betrifft Kundinnen und Kunden, deren Abonnementsdaten dem Geltungsbereich des ReDÖV (Kapitel 3) entsprechen und der dem letzten Geltungstag folgende Tag nicht länger als 730 Tage (2 Jahre) zurück liegt.
- betrifft Datenverwendung für die werbliche Kundenansprache per E-Mail/Post (Marketing) oder zu Zwecken der Marktforschung.

Dritten wird die erweiterte Datennutzung nicht gewährt.

### 5.3.1 Erweiterte Datennutzung für TU

#### 5.3.1.1 Berechtigungen

TU können von der erweiterten Datennutzung Gebrauch machen, solange die Voraussetzungen von Kapitel 4 erfüllt sind und unter Berücksichtigung der nachstehenden Bestimmungen/Einschränkungen und der Akzeptanz des Gesuchs.

#### 5.3.1.2 Einschränkungen

Bei der Kundenansprache im Rahmen der erweiterten Datennutzung werden Kundinnen und Kunden nicht berücksichtigt, welche sich in der Vergangenheit bei einer Ansprache im Rahmen der erweiterten Datennutzung abgemeldet haben. Die Abmeldungen sind zentral auf NOVA vermerkt.

Die Daten, welche über eine erweiterte Datennutzung bearbeitet werden, dürfen nur zur Kundenansprache zu folgenden Zwecken bearbeitet werden:

- Marketing
- Marktforschung

Die erweiterte Datennutzung bezieht sich nur auf Abonnementsdaten. Daten aus Einzelbilletten sind nicht Bestandteil der erweiterten Datennutzung.

Die Daten müssen nach Erledigung des Auftrages (z.B. Versand des Mailings) gelöscht werden. Die erfolgte Löschung der Daten muss dem Mandatsträger bzw. Verbund jeweils schriftlich bestätigt werden.

Anträge für erweiterte Datennutzung von NDV-Sortimenten sind gemäss Ziffer 5.3.4 an den NDV-Mandatsträger zu richten.

Anträge für erweiterte Datennutzung von Verbund-Sortimenten sind an die Geschäftsführung des jeweiligen Verbunds zu richten. Die Verbände definieren eigenständig, wie der interne Genehmigungsprozess organisiert wird.

Anträge für erweiterte Datennutzung von TU-eigenem Sortiment (TU als Tarifeigner) sind an die jeweilige TU zu richten. Die TU definieren eigenständig, wie der interne Genehmigungsprozess organisiert wird.

Kundinnen und Kunden dürfen maximal vier Mal pro Kalenderjahr im Rahmen der erweiterten Datennutzung kontaktiert werden. Das bedeutet, dass eine Kundin bzw. ein Kunde jährlich von maximal vier verschiedenen TU oder Verbänden im Rahmen der erweiterten Datennutzung angeschrieben werden darf. Insgesamt kann eine TU bis zu zwei Kampagnen pro Jahr im Sinne der erweiterten Datennutzung durchführen. Diese müssen überschneidungsfrei sein was bedeutet, dass die Zielgruppen von zwei Mailings einer TU, welche im Rahmen der erweiterten Datennutzung stattfinden, nicht gleiche Kundinnen und Kunden beinhalten dürfen.

### **5.3.2 Erweiterte Datennutzung für Verbände und NDV-Mandatsträger**

#### *5.3.2.1 Berechtigungen*

Verbände und der NDV-Mandatsträger können von der erweiterten Datennutzung Gebrauch machen, solange die Voraussetzungen von Kapitel 4 erfüllt sind.

#### *5.3.2.2 Einschränkungen*

Die Daten, welche über eine erweiterte Datennutzung bezogen werden, dürfen nur zur Kundenansprache für folgende Zwecke bearbeitet werden:

- Marketing
- Marktforschung

Die erweiterte Datennutzung bezieht sich nur auf Abonnementsdaten. Daten aus Einzelbilletten sind nicht Bestandteil der erweiterten Datennutzung.

Die Daten müssen nach Erledigung des Auftrages (z.B. Versand des Mailings) gelöscht werden. Die erfolgte Löschung der Daten muss dem Mandatsträger bzw. Verband jeweils schriftlich bestätigt werden.

Damit die Verbände von der erweiterten Datennutzung von Kundendaten, welche aus dem Verkauf von NDV-Abonnementsdaten generiert wurden, profitieren können, müssen sie dem NDV-Mandatsträger das Gegenrecht zur einmaligen Nutzung von Kundendaten, welche aus dem Verkauf von Verband-Abonnements des betreffenden Verbandes entstanden sind, gewähren (Cross-Marketing).

Anträge für erweiterte Datennutzung von Kundendaten, welche über den Verkauf von NDV-Sortimenten generiert wurden, sind gemäss Ziffer 5.3.4 an den NDV-Mandatsträger zu richten.

Anträge für erweiterte Datennutzung von Kundendaten, welche über den Verkauf von Verband-Sortimenten generiert wurden, sind an die Geschäftsführung des jeweiligen Verbandes zu richten. Die Verbände definieren eigenständig, wie der interne Genehmigungsprozess organisiert wird.

Ein Kunde darf maximal vier Mal pro Kalenderjahr im Sinne der erweiterten Datennutzung kontaktiert werden. Das bedeutet, dass eine Kundin / ein Kunde jährlich von maximal vier verschiedenen TU oder Verbänden im Rahmen der erweiterten Datennutzung angeschrieben wird.

Insgesamt kann ein Verband bis zu zwei Kampagnen pro Jahr im Sinne der erweiterten Datennutzung durchführen. Diese müssen überschneidungsfrei sein, was bedeutet, dass die Zielgruppen von zwei Mailings eines Verbandes, welche im Rahmen der erweiterten Datennutzung stattfinden, nicht die gleichen Kundinnen und Kunden beinhalten dürfen.

### 5.3.3 Ausschluss von NDV-Abonnementsdaten bei Verbunds- und TU-Selektionen

Als Spezialfall der erweiterten Datennutzung ist der Ausschluss von NDV-Abonnenten (z.B. Kundinnen und Kunden mit einem GA) zu betrachten. Es gelten dafür folgende Regeln:

- Die Datennutzung zur ausschliesslichen Sicherstellung des Ausschlusses von NDV-Abonnenten in Kampagnen von TU oder Verbänden erfordert kein Gesuch zur erweiterten Datennutzung an die Arbeitsgruppe Vermarktung gemäss Prozess in Ziffer 5.3.4.
- Das Kontingent der erweiterten Datennutzung von zwei pro Verbund/TU pro Jahr wird durch diese Art der erweiterten Datennutzung nicht belastet.
- Der betreffende Verbund bzw. die betreffende TU informiert die Arbeitsgruppe Vermarktung (tarife@allianceswisspass.ch) über die Datennutzung bzw. über die betreffende Kampagne (Angebot, Zielgruppe und Versandzeitpunkt). Diese Informationen werden an der nächsten ordentlichen Sitzung der Arbeitsgruppe Vermarktung protokolliert.

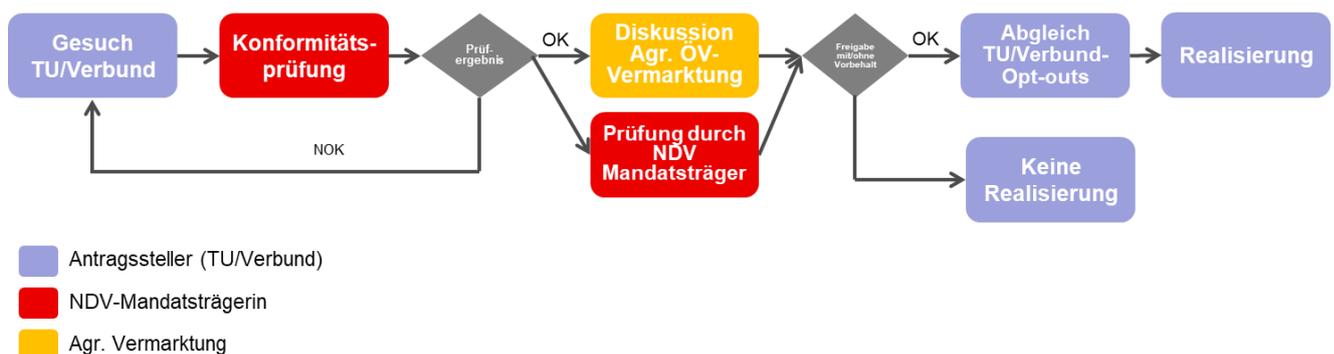
### 5.3.4 Gesuchstellung für die erweiterte Datennutzung von NDV-Sortimenten

Wollen TU oder Verbände NDV-Daten im Rahmen der erweiterten Datennutzung verwenden, ist ein entsprechendes Gesuch an den NDV-Mandatsträger zu stellen.

Das Gesuch umfasst das Selektionsantragsformular, welches hier bezogen werden kann. Fragen zum Selektionsformular sind an [directmarketing@sbb.ch](mailto:directmarketing@sbb.ch) zu richten.

Das Selektionsantragsformular ist so früh wie möglich, spätestens aber drei Monate vor der geplanten Datenübergabe, vollständig ausgefüllt an den NDV-Mandatsträger ([directmarketing@sbb.ch](mailto:directmarketing@sbb.ch)) einzureichen.

Der NDV-Mandatsträger prüft die Konformität des Antrags im Sinne des ReDÖV und informiert den Gesuchsteller über das Resultat der Prüfung. Der Gesuchsteller beantragt die erweiterte Datennutzung in der Arbeitsgruppe Vermarktung. Im Rahmen der Arbeitsgruppe kommt dem NDV-Mandatsträger eine gesonderte Rolle zu. Er kann Gesuche auf Grund von qualitativen Kriterien (z.B. gebotener Mehrwert, Grösse der Zielgruppe), unabhängig von der Haltung der Arbeitsgruppe, ablehnen bzw. Anpassungen verlangen. Bei einer Genehmigung des Gesuchs durch die Arbeitsgruppe Vermarktung und dem NDV-Mandatsträger, kann die TU oder der Verbund die beantragte Kampagne ausführen. Allfällige Vorgaben oder Anpassungswünsche der Arbeitsgruppe sind zu berücksichtigen. Anträge bzw. Beschlüsse werden normalerweise im Rahmen der ordentlichen Sitzungen der Arbeitsgruppe Vermarktung behandelt bzw. gefällt, können aber auch auf dem Zirkularweg abgehalten werden.





Vor einer allfälligen Datenübermittlung an den Gesuchsteller unterzeichnen die Beteiligten eine Datenschutz-Vereinbarung.

### **5.3.5 Besondere Bestimmungen zur erweiterten Datennutzung**

Verschicken TU oder Verbände werbliche Inhalte per E-Mail oder Post im Rahmen der erweiterten Datennutzung, soll für die Kundinnen und Kunden eine Erklärung angefügt werden, weshalb sie angesprochen werden. Im Text soll folgender Satz integriert werden: «Als Inhaber/in [Name ÖV-Abo] erhalten Sie personalisierte Informationen und Angebote zum Öffentlichen Verkehr.»

Es gelten grundsätzlich die Bestimmungen bzgl. Abmeldung/Widerruf gemäss Abschnitt 4.2.3. Auch bei der erweiterten Datennutzung ist der Widerruf nur als Entzug der Marketing-Permission des jeweiligen Absender-TU/-Verbunds zu gestalten. Bei der Umsetzung dieser Vorgabe ist dies klar zum Ausdruck zu bringen (z.B. Beschriftung des Abmeldelinks mit «Abmelden von [Name TU/Verbund]-Werbemails»). Zusätzlich ist ein Hinweis auf die zentrale Abmeldemöglichkeit von der ÖV-Permission für sämtliche TU und Verbände aufzunehmen (siehe 4.2.3). Im Falle der erweiterten Datennutzung sind die Abmeldungen sodann zusätzlich gesondert zu sammeln und spätestens vier Wochen nach Versand an den NDV-Mandatsträger zu übermitteln. Die Auflistung hat dabei zwingend die Attribute der Kunden-ID (TKID) sowie Name und E-Mail der betreffenden Person zu beinhalten. Der NDV-Mandatsträger pflegt die Abmeldungen in Bezug auf die erweiterte Datennutzung, welche jeweils bei Selektionen berücksichtigt werden müssen.

## Teil II: Anonymisierte/aggregierte Datennutzung

### 6 Geltungsbereich

Der Teil II des Regelwerks Datennutzung der Alliance SwissPass (ReDÖV) enthält Vorgaben dazu, wie Daten von Kundinnen und Kunden, welche in den gemeinsamen Datenbanken des Öffentlichen Verkehrs gespeichert werden, in anonymisierter und aggregierter Form genutzt werden dürfen. Gegenstand des Teil II ist insbesondere der Zweck der Weiterentwicklung des ÖV-Tarifs und -Angebots über anonymisierte und aggregierte Analysen von Personendaten.

Die Vorschriften in Teil II gelten demnach nur für die Verarbeitungen der nachfolgend beschriebenen Daten aus den gemeinsamen Datenbanken des öffentlichen Verkehrs, wenn sie anonymisiert und aggregiert bearbeitet werden.

#### 6.1 Betroffene Daten

Die betroffenen Daten wurden alle durch Kundinnen oder Kunden generiert und können, aber müssen nicht, einen Personenbezug aufweisen. Es handelt sich um die folgenden Daten:

- Kundendaten (Attribute gemäss Auflistung in Ziffer 3.1 und Vorgaben zu Anonymisierung und Aggregation in Ziffer 6.2)
- Leistungsdaten (Attribute und Sortimente gemäss Auflistung in Ziffer 3.1)
- Reisedaten aus dem Automatischen Ticketing (Ebene Perlschnur) (gemäss untenstehender Definition)
- Fahrplanabfragen (gemäss untenstehender Definition)

##### Reisedaten aus dem Automatischen Ticketing (Ebene Perlschnur)

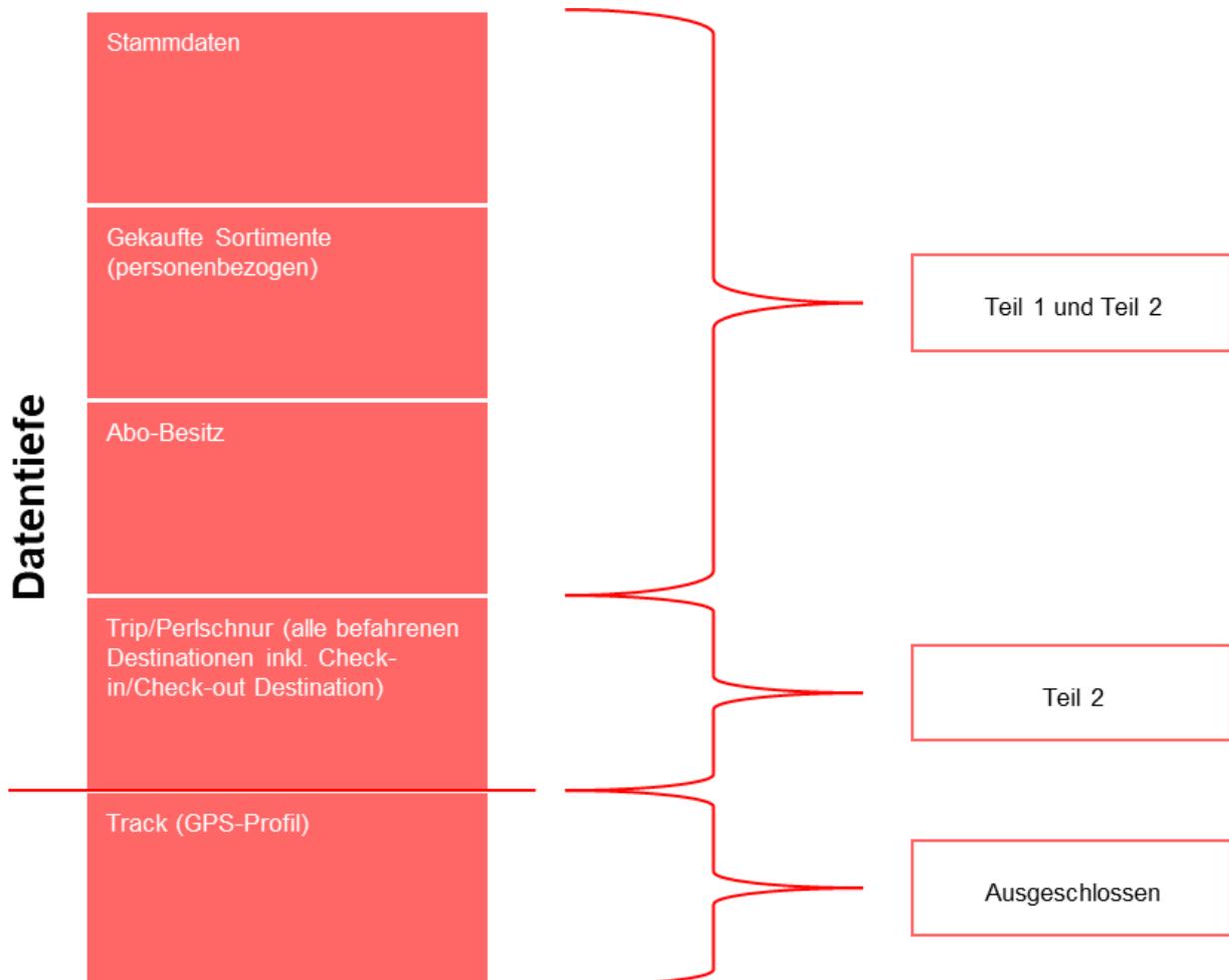
Die Daten aus dem Automatischen Ticketing weisen eine unterschiedliche Datentiefe auf (s. Abbildung und untenstehende Erläuterungen):

- Ebene Stammdaten (Kundendaten): Informationen zur Person (falls identifiziert) wie z.B. Geburtsdatum, Geschlecht usw.
- Ebene Gekaufte Sortimente (Leistungsdaten): Gekaufte Fahrausweise wie z.B. ein NDV-Streckenkillett Zürich HB – Bern oder ein Libero Zonen-Billet für die Zonen 100 und 101.
- Ebene Abo-Besitz (Leistungsdaten): Abo-Besitz der reisenden Person wie z.B. ob die Person ein Halbtax zur Ermässigung besitzt.
- Ebene Trip/Perlschnur: Alle befahrenen Destinationen (inkl. Check-In/Check-Out Destination) wie z.B. eine Reise von Zürich HB nach Bern, Länggasse mit Umstieg in Bern Bahnhof.
- Ebene Track (GPS-Profil): Alle erfassten GPS-Standorte der reisenden Person.

Die Ebenen Stammdaten, gekaufte Sortimente und Abodaten gelten als Kunden- und Leistungsdaten und werden in Teil I und II ebenso wie alle übrigen Kunden- und Leistungsdaten behandelt.

Die Ebene Trip/Perlschnur sind in Teil II zusätzlich relevant.

Die Ebene Track (GPS-Profil) ist im ReDöV ausdrücklich ausgeschlossen.



### Fahrplanabfragedaten

Bei den Fahrplanabfragedaten sind alle Fahrplanabfragen, die zentral bei NOVA eingehen für den Teil II relevant.

## 6.2 Definition von anonymisierten und aggregierten Analysen

### 6.2.1 Anonymisierung

Mit Anonymisierung sind die De-Identifizierungsmassnahmen gemeint, welche zu einer Entfernung des Personenbezugs führen, so, dass datenschutzrechtliche Vorschriften nicht mehr anwendbar sind. In der Regel wird damit die faktische Anonymisierung angesprochen. Wir stützen uns in der Folge auf die untenstehende Definition der faktischen Anonymisierung (Bundesverband der Deutschen Industrie 2020, p.10):

*Faktische Anonymisierung (..) beschreibt Vorgänge der De-Identifizierung, durch die so viele Identifier entfernt und weitere Techniken zur Reduktion von Personenbezug angewendet werden, dass eine Re-Identifizierung mit verhältnismässigem Aufwand nach dem aktuellen Stand der Technik nicht mehr möglich ist und so der Personenbezug entfällt.*

## 6.2.2 Aggregierung

Aggregierung ist eine Technik zur Reduktion von Personenbezug. Anstatt dass einzelne Datensätze (z.B. Kunde mit der ID XY fährt am Tag Z von Bern nach Zürich) betrachtet werden, werden Datensätze zusammengefasst und eine Anzahl ausgewiesen (z.B. 438 Kunden fahren am Tag Z von Bern nach Zürich). Bei einer Auswertung sprechen wir von einer Aggregierung, wenn alle ausgewiesenen Anzahlen abhängig von der Zusammensetzung der vorhandenen Informationen ausreichend gross sind, so dass sie als (faktisch) anonymisiert gelten kann.

# 7 Grundvoraussetzungen für die Datennutzung

Als Grundvoraussetzung für die Datennutzung gelten die in diesem Kapitel definierten Regeln. Die in Kapitel 8 festgelegten Berechtigungen für die Nutzung der oben definierten Daten in den genannten gemeinsamen Datenbanken gelten nur, wenn diese Voraussetzungen vollumfänglich erfüllt werden.

## 7.1 Einhaltung der GDSE

Erste Grundvoraussetzung für die Datennutzung nach Massgabe von Kapitel 8 ist die transparente Information der Kundinnen und Kunden über die Verwendung ihrer Personendaten. In diesem Sinne ist die Datennutzung erst gestattet, wenn die bearbeitenden TU/Verbünde/Dritte eine Datenschutzerklärung bereithalten, die den Anforderungen der jeweils geltenden Fassung der GDSE entspricht. Dies gilt unabhängig der spezifisch anwendbaren Datenschutzrechte (DSGVO, CH-DSG oder kantonale Datenschutzgesetze).

## 7.2 Transparenz in AGB zum automatischen Ticketing

Um die Reisedaten aus dem automatischen Ticketing (Ebene Perlschnur) nach Massgabe von Kapitel 8 zu verwenden, muss von den Betreibern des Automatischen Ticketing in den jeweiligen AGB zusätzliche Transparenz geschaffen werden. Es empfiehlt sich eine Orientierung an nachfolgendem Mustertext:

### Verarbeitungszwecke und Modalitäten

Anonymisierte Reisedaten werden zur Verbesserung des Öffentlichen Verkehrsangebots und -tarifs sowie zu weiteren statistischen Auswertungszwecken verwendet.

## 7.3 Einlieferung der Personendaten und der Einwilligungsnachweise in die Datenbanken

Grundvoraussetzung für die Nutzung der gemeinsamen Datenbanken nach Massgabe der Berechtigungen in Kapitel 5 ist ferner die Einlieferung der erforderlichen Daten. Diese Anforderung ist nebst dem ReDÖV auch in den NOVA-Nutzungsbedingungen (Anlage 12 zum Ue500 V2.8, Ziff. 5.4) festgehalten. Konkret müssen die oben definierten Daten aus dem Verkauf der personalisierten Leistungen in den gemeinsamen Datenbanken hinterlegt werden. In Bezug auf die Einlieferung der Daten gilt folgende Übersicht der verschiedenen Varianten sowie deren Ausprägung:

	Einliefern an NOVA für das ReDÖV Teil II	Von der Einlieferung für das ReDÖV Teil II ausgeschlossen
<b>Automatisches Ticketing (AT)</b>	In jedem Fall einzuliefern sind: - NOVA-Kunde (eindeutig identifiziert mit TKID) - Bei Neuanmeldung in NOVA:	- GPS-Profile (Standortdaten)

	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Stammdaten (mind. Vor-/Nachname, Geburtsdatum)</li> <li>○ Kontaktdaten (mind. E-Mail oder Mobile Nr.)</li> <li>- Verkauftes Sortiment (welches per Tagesende abgerechnet wird (Tageskonsum))</li> <li>- Daten zum Trip («Perlschnur») (Hinweis: Die Einlieferung der Trip-Daten zur Tarifberechnung ist nicht Teil des ReDÖV)</li> <li>- ÖV-Permission (ja/nein)</li> </ul>	
<b>Personalisierte Online- und Mobile Tickets</b>	Kunden- und Leistungsdaten gem. Ziffer 3.1	Gastkäufe
<b>Persönliche Abonnemente</b>	Kunden- und Leistungsdaten gem. Ziffer 3.1	-

## 8 Nutzungsbestimmungen: Berechtigungen und Einschränkungen

Folgende Darstellung zeigt die Dimensionen für anonymisierte und aggregierte Analysen der genannten Daten zum Zweck der Weiterentwicklung des ÖV-Tarifs und -Angebots:

	Möglichkeiten verschiedener Analysen	Anonymisiert/aggregiert mit personenbezogenen Merkmalen	Anonymisiert/Aggregiert
<p>Datenfreigabe-Prozess gemäss Datenstrategie ASP (Kapitel 8.1)</p>	<p><b>Mit Vermittlerbezug</b> (Beispiele)</p>	<p>z.B. Vermittlerbezogenes Kauf- und Nutzungsverhalten von bestimmten Personengruppen (z.B. Jugendlichen)</p>	<p>z.B. Marktanteile</p>
<p>Analysen für alle Teilnehmenden der Alliance SwissPass möglich (Kapitel 8.2)</p>	<p><b>Vermittlerneutral</b></p>	<p>z.B. Nutzungsverhalten von bestimmten Personengruppen (z.B. Rentnern)</p>	<p>z.B. Nutzungsverhalten</p>

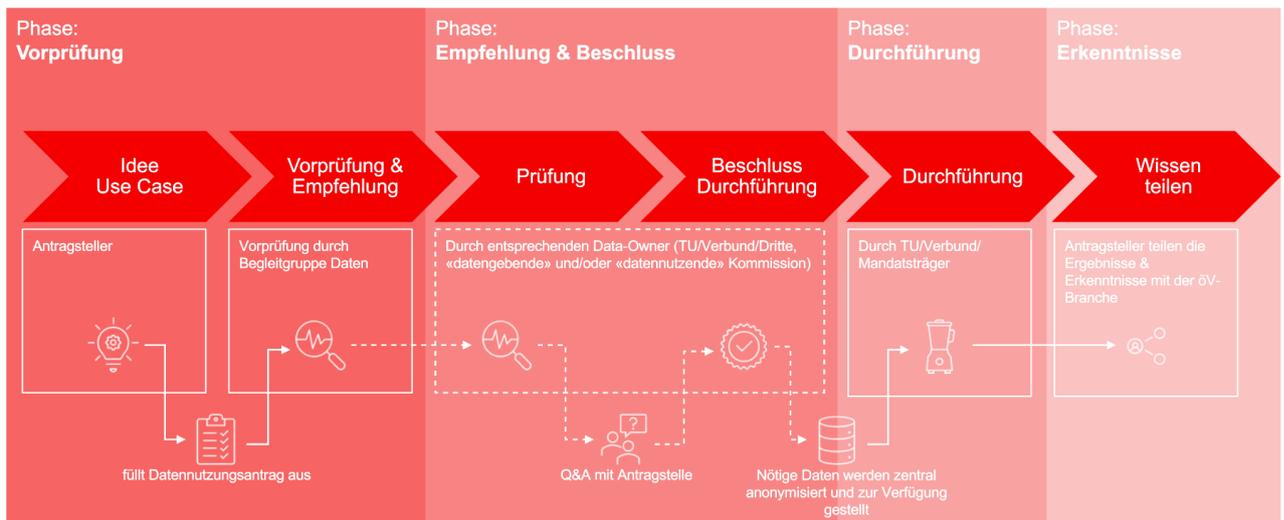
Bei vermittlerneutralen Analysen werden die Angaben zum Vermittler entfernt. Beispielsweise sind folgenden Informationen von einer Analyse zu entfernen, so dass sie vermittlerneutral durchgeführt werden kann:

- Wer hat die Leistung vermittelt?
- Welche TU/Verbund/Vertriebsbeauftragte/Dritte hat die betreffenden Daten in die gemeinsamen Datenbanken eingeliefert?
- An welchem Schalter oder in welchem Webshop wurde die Leistung gekauft?
- Über welche App wurde eine Fahrplanabfrage oder eine AT-Reise getätigt?

Aus verschiedenen Kombinationen der Dimensionen können sich Analysen mit unterschiedlichen Möglichkeiten ergeben und so auch unterschiedliche Nutzungsbestimmungen. Diese werden in den folgenden Unterkapiteln erläutert.

## 8.1 Freigabeprozess für Analysen mit Vermittlerbezug

Bei der Nutzung von Daten mit Vermittlerbezug zum Zweck der Weiterentwicklung des ÖV-Tarifs und - Angebots muss stets der über die Datenstrategie ASP definierte Freigabeprozess befolgt werden:



Die Antragsteller reichen über das standardisierte Formular eine Beschreibung des Use Cases ein. Die Begleitgruppe Daten, die unter der Leitung der Alliance SwissPass agiert, prüft den Use Case auf Vollständigkeit. Dabei wird ebenfalls darauf geachtet, ob ein ähnlicher Use Case bereits innerhalb der Alliance SwissPass umgesetzt wurde. Durch diese Prüfung wird sichergestellt, dass Fragestellungen, die bereits in anderen Use Cases behandelt wurden, nicht erneut geklärt werden müssen. Zudem kann so eine gewisse Konformität mit anderen Use Cases sichergestellt werden. Die Begleitgruppe Daten unterstützt dabei, die jeweils korrekten Data Owner zu identifizieren und fragt bei ihnen die Datenfreigabe an.

Nach der Vorprüfung entscheiden die Data Owner (beispielsweise Vermittler von Leistungen), ob die Daten für den im Use Case angegebenen Zweck freigegeben werden sollen. Die Data Owner (TU & Verbände) definieren eigenständig, wie ihr jeweiliger interner Genehmigungsprozess organisiert wird.

Im Anschluss kümmert sich die Begleitgruppe Daten um die Bestellung und zentrale Bereitstellung der Daten, so dass eine korrekte Anonymisierung und Aggregation sichergestellt werden kann.

Ein zentraler Bestandteil der Datenstrategie folgt am Ende des Prozesses: Nach Abschluss des Prozesses sind die ursprünglichen Antragsteller angehalten, die gewonnenen Erkenntnisse wiederum mit der Alliance SwissPass zu teilen. Nur durch das Teilen des Wissens entwickelt sich die Datenstrategie der Alliance SwissPass weiter, Synergien können genutzt werden und es wird sichergestellt, dass das ÖV-weite datenbasierte Potenzial zunehmend erschlossen wird.

Weitere Informationen zur Datenstrategie und dem Freigabeprozess finden sich auf der Website der Alliance SwissPass: <https://www.allianceswisspass.ch/de/branchen-dienstleistungen/Datenmanagement/Gemeinsame-Datenstrategie>

Um einen entsprechenden Use Case in der Phase «Empfehlung & Beschluss» korrekt freigeben zu können, werden für die im vorliegenden Teil II betroffenen Daten in der Folge die jeweiligen Data Owner definiert.

### 8.1.1 Data Owner

Die jeweiligen Data Owner pro Datentyp in Ziffer 6.1 orientieren sich an dem 3-Säulen Modell aus Teil I (s. z.B. Ziffer 1.1). Zur Bestimmung der Data Owner werden jedoch nur die ersten beiden Säulen benötigt. Pro Datentyp gibt es folglich immer zwei Data Owner: Der Vermittler und der Tarifeigner (Verbund oder Mandatsträger)



Die Datentypen weisen im Normalfall zwei Data Owner (Vermittler und Tarifeigner) auf. Beide Data Owner dürfen die Daten unabhängig voneinander bearbeiten und über den Datentyp entscheiden (vgl. Teil I). Erklärende Beispiele sind in Ziffer 9.4 zu finden.

Im Falle von NDV-Sortiment ist gemäss der zweiten Säule der NDV Data Owner. Bei Anfragen von Daten, die dem Data Owner NDV gehören, kann die NDV-Mandatsträgerin im Interesse des NDVs die entsprechende Freigabe erteilen.

Die Geschäftsstelle der Alliance SwissPass ist kein Data Owner im Geltungsbereich des ReDöV, aber darf anonymisierte/aggregierte Daten mit und ohne personenbezogene Merkmale und Vermittlerberzug (falls notwendig) im Sinne des Geltungsbereichs (siehe Kapitel 6) für den Zweck der Weiterentwicklung des ÖV-Tarifs- und Angebots bearbeiten. Der Umfang der Datennutzung ergibt sich aus dem Pflichtenheft Mandate Alliance SwissPass (Anlage 9 zum Ue500 V2.8, insbesondere Ziffer 3.2.2, Operative Aufgaben der Geschäftsstelle der Alliance SwissPass, lit. k) und ist auf die darin beschriebenen Zwecke beschränkt.

## 8.2 Vermittlerneutrale Analysen

Vermittlerneutrale Analysen im Geltungsbereich stehen allen Teilnehmenden der Alliance SwissPass offen. Entsprechende Anfragen sollten an die Begleitgruppe Daten der Alliance SwissPass gestellt werden. Die Begleitgruppe kümmert sich um die Bestellung, so dass eine korrekte Anonymisierung und Aggregation sichergestellt werden kann. Im Normalfall werden diese Anfragen im Anschluss vom NDV-Mandatsträger ausgeführt. Sie werden zu den in Ziffer 9.1 genannten Konditionen erledigt.

Erklärende Beispiele sind im Ziffer 9.4 zu finden.

## 8.3 Zuständigkeiten und Prozess zur Datenanonymisierung

Zu Analysezwecken von Personendaten werden die Daten für gemeinsame Datennutzungen nur anonymisiert vom NDV-Mandatsträger (vgl. Pflichtenheft Teilmandat Vertrieb Services Ziffer 6.3.3.2) an dezentrale Stellen (TU, Verbände, Dritte) herausgegeben. Dies ist eine zwingende Voraussetzung für die gemeinsame Datennutzung gemäss Beschreibung in Kapitel 8. Die Datenanonymisierung erfolgt beim NDV-Mandatsträger (nicht dezentral bei den antragsstellenden Instanzen wie TU, Verbänden, Dritten). Nach erfolgreicher formaler Prüfung des Antrags durch die Begleitgruppe Daten und im Falle von vermittlerbezogenen Analysen nach der Freigabe durch die Data Owner stellt der NDV-Mandatsträger die gewünschten NOVA-Daten in anonymisierter Form zur Verfügung. Das analytisch-methodische Vorgehen zur Anonymisierung der Daten wird für die jeweilige Anfrage/den jeweiligen Use Case spezifisch ermittelt und angewandt. Die Basis dafür bildet die Expertise des NDV-Mandatsträger, welche die Anonymisierung vornimmt. Aufgrund der Bandbreite von Use Cases und Fragestellungen, welche datenbasiert beantwortet werden sollen, werden keine detaillierten Anonymisierungsregeln pro Datentyp im Voraus festgelegt. Diese Regeln und Vorgehensweisen werden auf einer Case-by-Case-Basis erarbeitet und basieren auf verschiedenen methodischen Ansätzen wie z.B. Entfernung von Attributen und Identifiern, Aggregation, Recoding, Noise-Addition, Shuffling, etc.

Die angewandten Anonymisierungsvorgehen pro Anfrage/Use Case werden durch den NDV-Mandatsträger dokumentiert. Aus einer Governance-Sicht entscheidend ist, dass der NDV-Mandatsträger vergleichbare Anfragen gleichbehandelt und gleiche/vergleichbare Anonymisierungsvorgehen anwendet (Gleichbehandlung aller Antragsstellenden). Um dies sicherzustellen und um die Unabhängigkeit des NDV-Mandatsträgers zu gewährleisten, werden diese Arbeiten durch die Begleitgruppe Daten (Datenstrategie ASP) als unabhängige Stelle begleitet und kontrolliert.



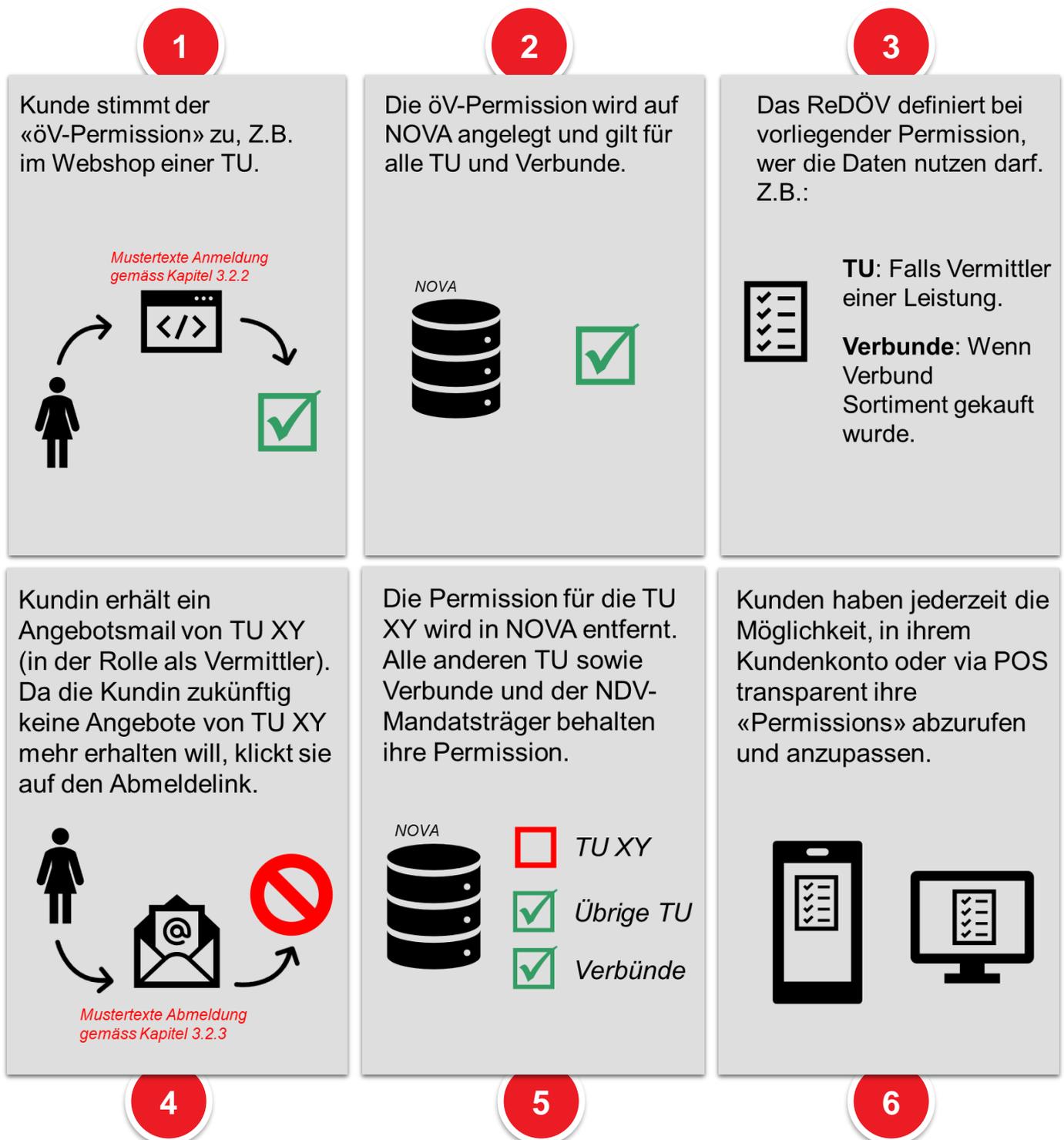
## **9 Anhang**

### **9.1 Konditionen für beauftragte Datenbearbeitungen durch den NDV-Mandatsträger**

Die Kosten für Analysen und Datenhandling des NDV-Mandatsträgers (Potenzialanalysen, Datenselektionen, Datenabgleich, Responseanalysen usw.) berechnen sich nach effektivem Aufwand. Sie betragen in Anlehnung an die aktuellen Konditionen für Datenselektionen (Personal- und Systemaufwand): CHF 160.– (exkl. MwSt.) pro Stunde.

## 9.2 Die ÖV-Permission in 6 Schritten erklärt

Die ÖV-Permission ist ein zentrales Element des ReDÖV und insofern kommt der konsequenten und korrekten Umsetzung durch TU, Verbände und Dritte hohe Wichtigkeit zu. Die in den Ziffern 4.2.2 und 4.2.3 beschriebenen Inhalte werden folgend in einer vereinfachten Illustration am Beispiel einer TU verdeutlicht. Das Beispiel ist ebenso auf einen Verbund anwendbar.



### 9.3 Mögliche Inhalte der Datenbearbeitung gemäss Teil I Kapitel 5 (Anwendungsbeispiele)

Gemäss Kapitel 5 werden drei Regelungsbereiche («Säulen») mit unterschiedlichen Berechtigungen für die Datenbearbeitung unterschieden. Anhand von **Anwendungsbeispielen** werden nachstehend zur Illustration mögliche Formen der Datenbearbeitung durch TU und Verbünde aufgezeigt.

#### Anwendungsbeispiele zu Ziffer 5.1 «1. Säule: Datennutzung durch Vermittler»

Bearbeitung von Daten aus dem Verkauf von ÖV-Sortimenten (NDV, Verbund) durch den Vermittler (TU, Verbund, Dritte)

##### Zu 5.1.1 TU als Vermittler

- Die Kundin kauft einen ZVV-Netz-Pass (Monatsabo) beim SBB-Bahnhof Bülach. Die SBB (als Vermittlerin) sendet der Kundin einen Promo-Code für den Kauf einer Spartageskarte auf sbb.ch
- Der Kunde kauft ein Libero-Abo im BLS-Webshop. Die BLS (als Vermittlerin) sendet dem Kunden einen Gutschein für einen Gratis-Klassenwechsel für die Schifffahrt Thuner- und Brienersee.
- Der Kunde kauft ein BÜGA im RhB Bahnhof Davos Platz. Die RhB (als Vermittlerin) schickt Kundinnen und Kunden einen Gutschein für den Gratis-Bezug eines Zuschlags Bernina-Express in ihrem Webshop.
- Die Kundin kauft eine Libero-MFK auf der ÖV-Plus App von BERNMOBIL. BERNMOBIL (als Vermittler) schickt der Kundin einen Promo-Code mit einem Rabatt von CHF 10.- beim Kauf eines Libero-Abos im Libero-Webshop.
- Die Kundin kauft ein Mobilis-Abo im Webshop der TL. TL (als Vermittler) sendet der Kundin ein Mailing mit attraktiven Angeboten ihres Partners CGN (Schifffahrt Genfersee).

##### Zu 5.1.2 Verbund als Vermittler

Stand heute treten nur der ZVV (Contact Center, Webshop und Ticket App) und der Tarifverbund Ostwind (Webshop und TicketApp) als Vermittler auf. Diese Ziffer ist somit nur für diese beiden Verbünde relevant und für die übrigen Verbünde nicht.

- Der Kunde kauft eine MFK auf der ZVV Ticket-App. Der ZVV (als Vermittler) sendet Kundinnen und Kunden ein Mailing mit einem Gutschein, anrechenbar auf einen ZVV-Netz-Pass (Monatsabo).
- Die Kundin kauft einen ZVV-Netz-Pass (Monatsabo) beim ZVV Contact-Center. Der ZVV (als Vermittler) sendet der Kundin eine Werbung für den ZVV-Ferien-Pass (für ihre Kinder).
- Die Kundin kauft ein Monats-Abo Ostwind im Ostwind Webshop. Der Ostwind (als Vermittler) sendet der Kundin ein Mailing, in dem die Vorzüge des Jahres-Abos hervorgehoben werden.
- Der Kunde kauft regelmässig Einzelbillette und Tageskarten in der Ostwind TicketApp. Ostwind (als Vermittler) sendet Kundinnen und Kunden ein Mailing mit einem Rabatt beim Kauf eines Monats-Abos im Ostwind-Webshop.

## **Anwendungsbeispiele zu Ziffer 5.2 «2. Säule: Verbünde, Mandatsträger und Tarifeigner»**

Zu 5.2.2 Bearbeitung von Daten durch den **NDV-Mandatsträger** aus dem Verkauf von NDV-Sortimenten. Dies generell unabhängig davon, wo das Sortiment gekauft wurde.

- Mailings des NDV-Mandatsträger an Halbtax-Inhaberinnen und Inhaber für ein Upsell zu GA (im Rahmen des Upsell-Programms des Marketingplans und unter Berücksichtigung des definierten Schwellenwerts für Verbund-Abo-Inhaber ZVV).
- Wertschätzungsaktionen für GA-Inhaberinnen und Inhaber 2. und 1. Klasse durch den NDV-Mandatsträger (z.B. Mitfahrkarte).
- Winback-Kampagne für verlorene GA- oder Halbtax- Kundinnen und Kunden durch den NDV-Mandatsträger.

Zu 5.2.1 Bearbeitung von Daten durch den **Verbund** aus dem Verkauf von Verbund-Sortimenten. Dies generell unabhängig davon, wo das Sortiment gekauft wurde.

- Frimobil sendet an ausgewählte Monats-Abo Kundinnen und Kunden ein Mailing, in dem die Vorzüge des Jahres-Abos aufgezeigt werden (3 Monate gratis reisen).
- Ostwind sendet im Rahmen einer Upsell-Kampagne ausgewählten Monats-Abo Kundinnen und Kunden einen Gutschein für ein vergünstigtes Upgrade in die 1. Klasse.
- Passepartout sendet allen Abo-Inhaberinnen und Inhabern ein Info-Mailing über die Abschaffung des Nachtzuschlags und die tarifarische Integration des Nachtnetzes in den Tarifverbund.
- Die A-Welle sendet allen Inhaberinnen und Inhabern eines Jahres-Abos ein Mitnahme-Angebot für die Sommer-Monate (z.B. für 10 Franken zusätzlich Gratis-Mitnahme von 1 Person am Abend und am Wochenende).
- Onde Verte sendet allen Inhaberinnen und Inhabern eines Jahres-Abos halbjährlich Mailings mit Gutscheinen für die Abo-Vorteile, einlösbar bei Partnern (z.B. Theater, Clubs, Bergbahnen, Blumengeschäfte, etc.).
- Der TNW sendet im Rahmen einer Wertschätzungsaktion allen Inhaberinnen und Inhabern eines Jahres-Abo, welche einen runden Geburtstag feiern, einen ÖV-Gutschein im Wert von CHF 10.-.

## **Anwendungsbeispiele zu Ziffer 5.3 «3. Säule: Datennutzung im Rahmen der erweiterten Datennutzung»**

Zu 5.3.1 Erweiterte Datennutzung für nicht vermittelnde **TU** von NDV- oder Verbund-Sortimenten.

NDV-Sortimente: Antrag an und Genehmigung durch Arbeitsgruppe Vermarktung

- Die BLS macht ein Mailing an alle Inhaberinnen und Inhaber eines Halbtax-Abos im Raum Bern zur Bewerbung ihrer kulinarischen Schifffahrten auf dem Thunersee.
- Die Jungfraubahnen machen ein Mailing an Inhaberinnen und Inhaber eines Halbtax-Abo im Kanton Bern und senden einen Gutschein für ein Sonderangebot Jungfraujoch.
- PAG macht ein Mailing an ausgewählte Halbtax-Abo Inhaberinnen und Inhaber in der ganzen Schweiz und bewirbt seine Herbstkampagne mit regionalen Ausflugszielen.

Verbund-Sortimente: Antrag an und Genehmigung durch entsprechenden Verbund

- TPF macht ein Mailing an alle Frimobil-Abonnenten zur Bewerbung des Fondue/Sushi-Zuges.
- Die SBB macht ein Mailing an alle unireso Abonnenten und informiert über Taktverdichtungen auf dem Léman Express.
- VBSG macht ein Mailing an alle Ostwind Abonnenten mit mindestens Zone 210 (St. Gallen) und informiert über neue Linienführung der Busse auf dem Stadtgebiet.
- Die SBB sendet ein Mailing an alle Inhaberinnen und Inhaber eines Mobilis-Abo mit einem Promo-Code von CHF 5.- beim Kauf eines (NDV-)Sparbillets auf SBB Mobil im Wert von mindestens CHF 20.-.
- PAG sendet ein Mailing an Inhaberinnen und Inhaber des BÜGA und informiert über Fahrplan-Verbesserungen in Graubünden und offeriert einen Rabattcoupon für das Postauto-Kombi Bad Alvaneu.

Zu 5.3.2 Erweiterte Datennutzung für nicht vermittelnde **Verbünde** und **NDV-Mandatsträger** von NDV- oder Verbundsortimenten

NDV-Sortimente: Antrag an und Genehmigung durch Arbeitsgruppe Vermarktung:

- Der TNW macht ein Mailing an Halbtax-Abo Inhaberinnen und Inhaber im Perimeter TNW und macht ein Einsteiger-Angebot für das TNW Monats- oder Jahres-Abo. Im Rahmen eines Cross-Marketings sendet der NDV-Mandatsträger ausgewählten TNW-Abonnenten ohne Halbtax einen Gutschein mit einem Rabatt von CHF 25.- beim Erstkauf eines Halbtax-Abos.
- Passepartout informiert sämtliche Inhaberinnen und Inhaber eines GA-Night Abos im Perimeter Passepartout über die Fahrplanverbesserungen im Nachtnetz, die Abschaffung des Nachtzuschlags und die Integration des Nachtnetzes in den Passepartout-Tarif.

Verbund-Sortimente: Antrag an und Genehmigung durch entsprechenden Verbund (bleibt wohl eine Ausnahme):

- Unireso macht ein Mailing an Inhaberinnen und Inhaber von Mobilis-Abos im Raum Nyon und informiert über neue tarifarische Angebote des Léman Express.
- Der Z-Pass macht ein Mailing an Inhaberinnen und Inhaber eines Abos des TV Zug und offeriert einen Rabatt beim Erstkauf eines Z-Pass Abos im Korridor ZG/SZ.
- Das BÜGA macht ein Mailing an Inhaberinnen und Inhaber eines Arcobaleno-Abos und offeriert einen Rabatt auf das BÜGA-Sommerangebot.

## 9.4 Mögliche Inhalte der Datenbearbeitung gemäss Teil II Kapitel 8 (Anwendungsbeispiele)

Gemäss Kapitel 8 werden anonymisierte und aggregierte Analysen auf unterschiedliche Weise ermöglicht. Anhand von **Anwendungsbeispielen** werden nachstehend zur Illustration mögliche Formen der Datenbearbeitung durch TU und Verbände aufgezeigt. Die spezifischen Beispiele sind dabei zufällig gewählt. All diese Analysen stehen sämtlichen teilnehmenden TU und Verbänden der Alliance SwissPass offen.

### Anwendungsbeispiele zu Ziffer 8.1 «Freigabeprozess für Analysen mit Vermittlerbezug»

Bearbeitung von Daten mit Vermittlerbezug von anderen Data Ownern inkl. personenbezogene Merkmale.

- Der ZVV möchte wissen, welche AT-Reisen von Seniorinnen und Senioren (= Personenbezug über Alter) über welche Applikation gekauft werden. Dazu stellt sie einen Antrag an die Begleitgruppe Daten. Die jeweiligen Data Owner (= Vermittler der Reisedaten aus dem AT wie z.B. BLS, Fairtiq, SBB) können nun entscheiden, ob sie ihre Daten für diesen Use Case freigeben möchten. Falls der Data Owner zustimmt, können dessen Daten mit Vermittlerbezug für die Analyse verwendet werden. Hierbei ist wichtig, dass zentral sichergestellt wird, dass der ursprüngliche Personenbezug durch geeignete Anonymisierungs- und Aggregierungsmethoden nicht mehr existiert.
- Um Preise und Erträge der ÖV-Branche erfolgreich steuern zu können, sind regelmässige Abo-Analysen (Ertrag, Umlauf, Zu- und Abwanderung) ein zentraler Bestandteil (= Personenbezug über Konsum). Dabei ist es wichtig, eine ganzheitliche ÖV-Datengrundlage, unabhängig des Tarifsystems (NDV und Verbände), analysieren zu können. Eine Gesamtsicht auf alle ÖV-Abos fördert die Aussagekraft von Sortimentsanalysen. Beispielsweise möchte der NDV-Mandatsträger herausfinden, bei welchen TU und Verbänden die Zielgruppe Jugend welche Abonnemente kauft. Dieser Antrag wird vom NDV-Mandatsträger an die Begleitgruppe Daten gestellt. Die jeweiligen Data Owner (z.B. alle Vermittler von ÖV-Sortiment ODER alle Tarifowner (Verbände und NDV-Mandatsträgerin) können nun entscheiden, ob sie ihre Daten für diesen Use Case freigeben möchten. Falls der Data Owner zustimmt, können dessen Daten mit Vermittlerbezug für die Analyse verwendet werden.

Bearbeitung von Daten mit Vermittlerbezug von anderen Data Ownern ohne personenbezogene Merkmale

- Die BLS möchte herausfinden, über welche Applikation die Fahrplanabfragen für die Strecke Bern – Brig getätigt werden. Dazu stellt sie einen Antrag an die Begleitgruppe Daten. Die jeweiligen Data Owner (= Anbieter der Fahrplanabfragen wie z.B. ZVV, SBB, Postauto) können nun entscheiden, ob sie ihre Daten für diesen Use Case freigeben möchten. Falls der Data Owner zustimmt, können dessen Daten mit Vermittlerbezug für die Analyse verwendet werden.

### Anwendungsbeispiele zu Ziffer 8.2 «Vermittlerneutrale Analysen»

Bearbeitung von Daten ohne Vermittlerbezug von anderen Data Ownern inkl. personenbezogene Merkmale

- Die SBB möchte konkrete Problemstellungen analysieren, z.B. das Kaufverhalten der Kundinnen und Kunden vor der Nutzung von AT oder parallel zur Nutzung von AT (= Personenbezug über Konsum), Analysen der Erstattungen, damit mögliche Ansätze zu deren Reduktion erkannt werden oder die

Auswirkung von spezifischen Rabattierungen im AT auf Kaufverhalten und Erträge ermittelt werden. Es interessiert sie dabei jedoch nicht, über welche Applikation die Reisen gekauft wurden und sie möchte diese Information auch gar nicht erhalten. Es handelt sich um eine vermittlerneutrale Analyse. Die SBB kann also anonymisiert und aggregiert alle Reisedaten zweckbezogen analysieren. Hierbei ist wichtig, dass der ursprüngliche Personenbezug durch geeignete Anonymisierungs- und Aggregierungsmethoden nicht mehr existiert.

- Der Libero Tarifverbund möchte wissen, welche weiteren Abonnemente und Einzelbillette (= Personenbezug über Konsum) von Libero-Abokundinnen und -kunden gekauft werden. Es interessiert sie dabei jedoch nicht, bei welcher TU oder Verbund diese Leistungen gekauft wurden, und sie möchte diese Information auch gar nicht erhalten. Es handelt sich um eine vermittlerneutrale Analyse.

Bearbeitung von Daten ohne Vermittlerbezug von anderen Data Ownern ohne personenbezogene Merkmale

- Die MGB möchte wissen, von welchen Linien die Kundschaft in Visp auf welche Anschlüsse umsteigen. Dies möchte sie auf der Basis von Reisedaten aus dem automatischen Ticketing tun. Die MGB kann also anonymisiert und aggregiert alle Reisedaten, die über den Knoten Visp führen, analysieren.

Weitere Beispiele und aktuelle Anträge sind jeweils auf dem [Branchenradar](#) zu finden.