



## Presseinformation

### Deutsche Bahn vergibt Media-Etat an CARAT

#### Bestandsagentur setzt sich im EU-Vergabeverfahren durch und betreut ab 2023 für weitere vier Jahre die konzernweiten Mediaspendings

(Berlin, 2. November 2022) Im Rahmen einer europaweiten Vergabe hat die Deutsche Bahn AG der Mediaagentur CARAT Deutschland GmbH den Zuschlag erteilt. CARAT übernimmt ab 01.01.2023 den gesamten Media-Etat der Deutschen Bahn für eine vierjährige Grundlaufzeit mit Option auf Verlängerung. Das neue Mandat beinhaltet einen erweiterten Aufgabenbereich: Neben der Weiterentwicklung der zentralen Media- und Datenstrategie übernimmt die Dentsu-Tochter künftig auch die Media-Verantwortung für Einzelmaßnahmen, Recruiting und Stellenbörsen. Diese Aufgaben werden noch bis Jahresende durch MediaCom betreut und dann an CARAT übergeben.

Jürgen Kornmann, Leiter Marketing & PR der Deutschen Bahn AG: „Mit dem Ergebnis des aufwändigen Vergabeprozesses sind wir hoch zufrieden. Die monatelange Sichtung und Bewertung der Angebote sowie der intensive Austausch mit den Top-Bewerber:innen haben einen hohen Standard der Agenturleistungen offenbart. Letztlich hat uns das Angebot unserer alten und neuen Partnerin CARAT überzeugt. Wir sehen uns damit für die nächsten Jahre optimal aufgestellt. Gleichzeitig danke ich MediaCom ausdrücklich für die exzellente Zusammenarbeit in den letzten drei Jahren. Durch die Bündelung der Media-Leistungen in einem Los wollen wir auf mehreren Ebenen Synergiepotenziale heben.“

Nicole Schumacher, Leiterin PR / Content Marketing / Media der Deutschen Bahn AG: „Die Pandemie hat komplett neue Arbeitsabläufe erfordert, Sicherheit bekam einen neuen Stellenwert und Veränderungen von Branchen und Märkten waren und sind überall spürbar – auch in der Zusammenarbeit mit Agenturpartner:innen. So war es eine wichtige und richtige Entscheidung, unseren Media-Etat neu und gebündelt auszuschreiben. Herzlichen Glückwunsch an CARAT, die uns mit ihrem ganzheitlichen datengetriebenen Ansatz überzeugt hat.“

Georg Berzbach, CEO dentsu Media Deutschland & DACH kommentiert: „Wir sind stolz darauf, dass wir die Deutsche Bahn in diesem äußerst professionellen Prozess erneut überzeugen konnten und freuen uns sehr auf die Fortsetzung der erfolgreichen Partnerschaft. Damit werden wir nun die weitere Umsetzung der „starken Schiene“ mit unserem konsequenten Fokus auf die Konsumenten und zahlreichen Innovationen unterstützen.“

Herausgeber: Deutsche Bahn AG  
Potsdamer Platz 2, 10785 Berlin, Deutschland  
Verantwortlich für den Inhalt:  
Leiter Kommunikation und Marketing Oliver Schumacher

Unser Anliegen:





## Presseinformation

„Wir haben in den letzten Jahren für die Deutsche Bahn ein starkes Team aufgebaut und freuen uns, mit diesem Team auch zukünftig erstklassige Kommunikationslösungen für die Bahn zu gestalten, um gemeinsam die Ziele der Bahn erfolgreich umzusetzen“, ergänzt Jens Erichsen, Managing Director Carat Deutschland.

Das EU-Vergabeverfahren, bei dem der Marketing- und PR-Bereich im DB-Team mit Vertreter:innen der Geschäftsfelder, dem Recruiting und der Zentralen Beschaffung zusammengearbeitet hat, umfasste die gesamten Media-Einkaufsleistungen in zwei Losen: Klassik, Digital und Einzelmaßnahmen, Recruiting und Stellenbörsen (Los 1) und Media-Mix-Modelling (Los 2). Der Zuschlag für Los 2 wird bis Ende des Jahres erteilt werden.

Das Vergabeteam der DB wurde im Los 1 während des kompletten EU-Vergabeprozesses hochprofessionell von den Hamburger Mediaspezialisten der IMEDIAG begleitet und unterstützt.

Herausgeber: Deutsche Bahn AG  
Potsdamer Platz 2, 10785 Berlin, Deutschland  
Verantwortlich für den Inhalt:  
Leiter Kommunikation und Marketing Oliver Schumacher

**Unser Anliegen:**

