



AGENTUREN UND KREATION

14 Agenturen wollen Bahn fahren

Dialog-Etat steht zur Disposition – OgilvyOne Frankfurt nimmt am Pitch teil

Die Deutsche Bahn hat nach einer ersten Selektionsrunde 14 Agenturen für den Pitch um den Dialogmarketing-Etat eingeladen. Wie ONEtoONE aus informierten Kreisen erfuhr, gehören fast alle Branchengrößen zu den Teilnehmern. Kleinere Agenturen haben wegen der hohen Anforderungen kaum eine Chance, den nach Branchenschätzungen rund 20 Millionen Euro schweren Etat zu gewinnen. Darin sind auch gesondert vergebene Produktionsleistungen enthalten. Die Bahn macht keine Angaben zu Anzahl und Namen der Bewerber. Der öffentlichen Ausschreibung zufolge sollen Auswahl und Vertragsverhandlungen im November abgeschlossen sein. Der Gewinner übernimmt den Etat am 1. Januar 2006 für drei Jahre.

Auf jeden Fall beim Pitch dabei ist der bisherige Etathalter OgilvyOne Frankfurt. „Natürlich beteiligen wir uns an der Ausschreibung, die turnusgemäß durchgeführt wird“, teilte Managing Director Thomas Strerath ONEtoONE auf Anfrage mit. „Das Verhältnis ist sehr gut und bringt neben viel Freude auch gute Ergebnisse.“

Der Etat wurde zuletzt 2002 ausgeschrieben. Damals standen die Vergabepraktiken der Bahn stark in der Kritik, da die 15 Pitch-Teilnehmer komplett auf ein Präsentationshonorar verzichten mussten. Einige der Teilnehmer waren Mitglieder

des DDV-Council Dialogmarketing-Agenturen, dessen Ehrenkodex honorarfreie Präsentationen eigentlich verbietet. Auch dieses Mal verordnet die



Setzt auf Dialog: Die Deutsche Bahn

Bahn Interessenten laut ONEtoONE schriftlich vorliegenden Informationen eine Radikaldiät mit komplettem Honorarverzicht.

Zum Etat gehören unter anderem die Maßnahmen für die BahnCard, für bahn-comfort und für das neue Kundenbindungsprogramm bahn.bonus, das im September auf die Schiene geht. Das von OgilvyOne entwickelte Angebot bietet den Stammkunden unter anderem Freifahrten und Gutscheine für die Bordgastronomie. Jeder Euro, den ein Kunde für ein DB-Ticket ausgibt, ist automatisch ein Prämienpunkt. Ab 750 Punkten gibt es beispielsweise einen Bordgastronomie-Gutschein im Wert von zehn Euro. Die Bahn rechnet damit, dass rund 2 Millionen der bislang 3,2 Millionen BahnCard-Kunden das neue Programm wählen. *brö*

» www.bahn.de