

KREATIVAGENTUR FÜR DIE MARKE DEUTSCHE BAHN

Die Geschichte, wie die **Deutsche Bahn** ihre Kraft entfaltet, beginnt hier.

BLOCH & BLÖCHER

Datum:
Seite:

14.11.25
1

INHALT

F1 „Digital First, Datenkompetenz und Innovationskraft

- F1.1 „Belegen Sie, dass die Arbeit mit Daten und KPIs in Ihrer Agentur selbstverständlich ist.
- F1.2 „Belegen Sie, dass „Digital First“ Teil Ihrer Agentur-DNA ist.
- F1.3 Zeigen Sie auf, wie Sie Innovationskraft und Impulsgeberfunktion in Ihrer Agentur sicher stellen.

F2 Agenturteam

- F2.1 „Stellen Sie die voraussichtliche Zusammensetzung des Kernteams vor, welches für die Erbringung der geforderten Leistung vorgesehen ist.
- F2.2 „Sichern Sie uns bitte die Verfügbarkeit einer festen Ansprechperson für die Deutsche Bahn zu, die im DB-Team die Führungsrolle einnehmen wird.“
- F2.3 „Bitte sichern Sie uns zu, dass das voraussichtliche Kernteam am Pitch-Termin teilnehmen wird.“
- F2.4 „Zeigen Sie anhand eines Referenzprojekts des geplanten Teams für die DB auf, dass Sie bei der Kampagnenentwicklung in der Lage sind komplexe Sachverhalte klar, verständlich und anschaulich zu machen.“
- F2.5 „Zeigen Sie anhand eines Referenzprojekts des geplanten Teams für die DB auf, dass Sie bei der Kampagnenentwicklung in der Lage sind out-of-the-box zu denken, um neben Pflichtbestandteilen auch mutige Ansätze zu zeigen.“
- F2.6 Stellen Sie anhand eines Referenzprojektes Ihre Kompetenz im Bereich Employer Branding und Personalmarketing dar.
- F2.7 Die Kommunikation zwischen Auftraggeber und Ansprechpartner des Auftragnehmers erfolgt ausschließlich in deutscher Sprache. Die Beherrschung der deutschen Sprache in Wort und Schrift ist im Kundenkontakt bindend. Eine entsprechende Zusicherung ist abzugeben.“
- F2.8 „Zeigen Sie auf, wie detailliert Ihre Kenntnisse und Expertise des Mobilitäts- und Verkehrsmarktes in Deutschland sind. Sollten diese Kenntnisse nicht vorhanden sein, ist eine schriftliche Zusicherung der Geschäftsführung, diese zeitnah zu erwerben, abzugeben.“

F3 Künstliche Intelligenz

- F3.1 „Geben Sie bitte einen Überblick, welche KI-Tools in der Agentur eingesetzt werden.“
- F3.2 „Bitte geben Sie eine schriftliche Zusicherung ab, dass die Agentur die alleinige Verantwortung für den Einsatz dieser KI-Tools übernimmt.“

L Fachliche Bewertungskriterien

- L1 Zeigen Sie 2 beispielhafte Kampagnen oder Maßnahmen auf, die sich durch kreative Exzellenz in der Imagekommunikation und eine besonders emotionale Ansprache auszeichnen.
- L2 Zeigen Sie an einem Ihrer ausgewählten Fallbeispiele aus L1 auf, dass die Kampagne oder Maßnahme über kurzfristige Einzelaktionen hinausgeht.
- L3 Stellen Sie dar, wie innovative, wirkungsvolle, nachhaltige und messbare Konzepte der Marketingkommunikation mit besonderem Schwerpunkt auf digitalen Kanälen, insbesondere Social Media, entwickelt und umgesetzt wurden.
- L4 Bitte stellen Sie beispielhaft Maßnahmen zur Erfolgsmessung dar, basierend auf zuvor definierten Image-KPIs wie etwa Markenwahrnehmung, Bekanntheit oder Relevanz. Ergänzen Sie die Darstellung durch zentrale Erkenntnisse im Sinne von „Lessons Learned“, die aus der jeweiligen Evaluation abgeleitet wurden.
- L5 Bitte erläutern Sie nachvollziehbar, wie Sie sicherstellen, dass Prozesse zuverlässig und durchgängig umgesetzt werden
- L6 Bitte zeigen Sie anhand von 2 Beispielen auf, wie Sie in einer beratenden und impulsgebenden Rolle neue Technologien und Trends – wie z.B. Künstliche Intelligenz – frühzeitig erkannt, aufgegriffen und sowohl in aktuelle als auch zukünftige Entwicklungen integriert haben.

DIGITAL FIRST, DATENKOMPETENZ UND INNOVATION

F1.1

Im Rahmen unserer Tätigkeit verfügen wir über eine auf das Wesentliche konzentrierte Datenkompetenz. Diese beschränkt sich auf die Erfassung und Planung von Arbeitszeiten und Aufwänden im Projektverlauf. Die erhobenen Daten dienen ausschließlich der internen Organisation, Ressourcensteuerung und Nachvollziehbarkeit.

Darüber hinausgehende datengetriebene Analysen oder algorithmische Entscheidungsmodelle werden von uns nicht eingesetzt.

Unsere kreativen, strategischen und gestalterischen Entscheidungen basieren auf Erfahrung, Intuition, Dialog und handwerklicher Expertise. Daten verstehen wir als Werkzeug und Inspiration, nicht als Grundlage für ästhetische oder konzeptionelle Entscheidungen.

Damit gewährleisten wir einen offenen, menschlich geführten und verantwortungsvollen Gestaltungsprozess.

F1.2

Wir denken und arbeiten digital first – nicht aus Strategie, sondern aus Selbstverständnis. Die 1980er Jahre sind prägend gewesen fürs Team. Wir sind mit der Digitalisierung aufgewachsen und nutzen neue Technologien seit ihren Anfängen selbstverständlich im Alltag und experimentell.

Unsere Arbeitsprozesse sind vollständig digital organisiert: von Kollaboration und Kommunikation bis zur Datenablage und Gestaltung. Wir arbeiten mit den aktuellen Devices, Tools und Cloud-Plattformen, die eine flexible, ortsunabhängige und effiziente Zusammenarbeit ermöglichen.

Digitale Technologien prägen unsere Ideen. Und doch schwören wir nie ganz dem Skizzieren unserer Ideen mit dem Stift auf weißem Papier ab.

Unser Tool zur Zeiterfassung und Projektsteuerung:

Meistertask

Portfolio-link -->

Kreativ-Projekt zum Thema Datenaufbereitung und Visualisierung in deiner App:

Sales.Revolution

Portfolio-link -->

Referenzprojekt:

Design-Refresh LinkedIn Auftritt ProBiogenAG

- Entwicklung Designsystem zur optimalen Darstellung auf allen gängigen Devices
- Benutzerfreundliches Layout zur leichten Anwendung von interner Marketingabteilung
- Canva-Templates für jedes inhaltliche Thema und jeden Screen.

zur LinkedIn Page -->

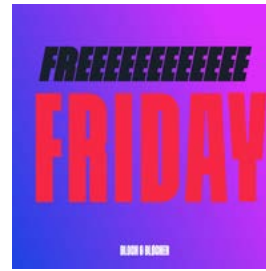
BLOCH & BLÖCHER

F1.3

Wir verstehen Innovation nicht als Ziel, sondern als Haltung. Um unsere Innovationskraft lebendig zu halten, schaffen wir Räume, in denen neue Ideen entstehen dürfen – jenseits kommerzieller Zwänge. Ein Beispiel ist unser Format „Free Friday“: An diesem Tag unterstützen wir Menschen und Projekte pro bono, denen das Budget für professionelle Kommunikationsleistungen fehlt. Wir geben Impulse, beraten strategisch und helfen, Ideen sichtbar zu machen. Durch diesen offenen Austausch begegnen wir regelmäßig ungewohnten Perspektiven, frischen Denkweisen und originellen Konzepten. Diese Begegnungen erweitern unser eigenes Denken, halten unsere Kreativität wach und machen uns zu echten Impulsgebern für Innovation. Diese Idee war auch gleichzeitig der allererste Post auf unserer LinkedIn-Präsenz.

LinkedIn-Aktion:

Free Friday



zum LinkedIn Post -->

F2

AGENTUR TEAM

F2.1

Das Team Bloch & Blöcher vereint strategische, kreative und organisatorische Kompetenz in einer eingespielten Struktur. Die Zusammenarbeit basiert auf langjähriger Projekterfahrung, klarer Aufgabenverteilung und hoher Eigenverantwortung. Die folgenden Personen bilden das Kernteam für die Leistungserbringung in Los 1:

Harald Bloch – Beratung und Branding

Harald Bloch verfügt über jahrzehntelange Erfahrung in der kreativen Betreuung von internationalen Kund:Innen. Er betreute als Creative-Director und Geschäftsführer-Kreation unter anderem Unternehmen wie Goodyear, Die Stadt Bremen und die Bundeswehr. Kreation, Handwerk und Beratung gehen bei ihm Hand in Hand.

Erik Bloch – Creative Director

Mit über 13 Jahren Agenturerfahrung bei namhaften Agenturen wie McCann Erickson und C3 Creative Code and Content und somit der Arbeit an Großkund:Innen, wie die Techniker Krankenkasse, Zalando oder Xing steht Erik Bloch für kreative Exzellenz und markenorientiertes Denken. Er verantwortet die kreative Leitung, die Entwicklung von Konzepten und die Qualitätskontrolle im kreativen Prozess.

Marta Bloch – Kundenkommunikation

Marta Bloch bringt fundierte Erfahrung im Social Media Design ein und ist ausgebildete Systemische Coachin. Sie verantwortet die operative Kundenkommunikation, begleitet Prozesse empathisch und sorgt für strukturierte, lösungsorientierte Abstimmungen im Projektverlauf.

BLOCH & BLÖCHER

Thorgen Bloch –

Kommunikationsdesign und Projektleitung

Thorgen Bloch ist seit über 14 Jahren selbstständig als Kommunikationsdesigner tätig. Mit Erfahrungen aus Gastronomie, der Musikbranche und dem Kultursektor bringt er einzigartige Ideen ein. Er übernimmt die kreative Gestaltung und Koordination der Projekte. Als Allrounder verbindet er gestalterische Präzision mit organisatorischem Überblick und gewährleistet einen reibungslosen Ablauf in allen Projektphasen mit einem ganzheitlichen Blick für Medien und Marke.

Diese Teamstruktur stellt sicher, dass Beratung, Konzeption und Gestaltung in enger Abstimmung erfolgen. Erfahrung, Flexibilität, konzeptionelle Tiefe und kreative Einzigartigkeit ist das, was dieses Team ausmacht.

F2.2

Ihre persönliche Ansprechperson wird Thorgen Bloch sein. Seit über 14 Jahren führt Thorgen Bloch erfolgreich sein Studio „Thorgen | Kraft der Kommunikation“ (Berlin) und realisiert vielseitige Marken-, Print-, Digital- und Audioprojekte. Er verfügt über tiefgehende Agenturerfahrung in Berlin, Hamburg und München, betreut eigene Kundenstämme und initiiert zusätzlich eigene Gestaltungs-Plattformen wie den „Club der Gestalter“. Beispiele seiner Arbeiten umfassen Brandings für Gastronomie („Launch campaign for a pub“), Sound- und Animations-Projekte sowie strategische Kreativkonzepte und Corporate Designs für unterschiedliche Kundensegmente. Diese Erfahrung sichert seine Rolle als kreativer Lead.

F2.3

Wir versichern, dass im Falle einer Einladung zur Pitch-Präsentation das unter F2.1 genannte Team anwesend sein wird.

Thorgen Bloch

[zur LinkedIn Seite -->](#)

Marta Elwira Bloch

[zur LinkedIn Seite -->](#)

Erik Bloch

[zur LinkedIn Seite -->](#)

Harald Bloch

[zur LinkedIn Seite -->](#)

Thorgen Bloch

Tel.:

+49 (0) 175 34 77 647

Mail:

design@thorgen.com

warum@istdasmega.de

[V-Card -->](#)

BLOCH & BLÖCHER

Datum:

Seite:

14.11.25

5

F2.4

Mit dem Branding für CTRL-UP haben wir den Anspruch verfolgt, komplexe Zusammenhänge visuell und sprachlich auf das Wesentliche zu reduzieren. Durch eine klare Farb- und Formensprache, prägnante Bild-Metaphern und eine verständliche Typografie bringen wir technische oder abstrakte Inhalte schnell auf den Punkt. So wird Fachwissen zugänglich, statt abstrakt — Inhalte werden einladend statt überfordernd. Das Branding wirkt wie ein Kompass in der Themenvielfalt: Es ordnet, leitet und schafft Vertrauen. Genau das macht es zum idealen Werkzeug, wenn es darum geht, Komplexität zu entschlüsseln und auf das Klar-und-Hand-habbare herunterzubrechen.

F2.5

Out of the Box mussten wir bei einer Pitch-Präsentation denken. Das Briefing sah zwar ein Rebranding vor, doch wurde schnell klar, dass es eine Marken- UND Produktneueinführung geben muss.

F2.6

In Zusammenarbeit mit C3 - creative code and content entstand eine EmployerBranding Kampagne für Zalando.

Ziel: Wertschätzung und Mitarbeiterbindung.

(Diese können wir aus Datenschutzgründen nicht zeigen.)

F2.7

Unser gesamtes Team spricht als Muttersprache Deutsch. Somit ist die Kommunikation auf Deutsch gewährleistet. Außerdem sprechen wir folgende Sprachen:

- *English – verhandlungssicher*
- *Polnisch – sicher*

Einfache Komplexität

Markenauftritt ctrl-up Unternehmensberatung

zur Website -->

Pitch-Präsentation

Markenauftritt h2 power n heat

zum Film -->

Employer Branding:

Zalando

- Starke Kampagne
- Überarbeitung Look&Feel
- Bedeutende Events (Kalendererstellung)
- Stärkung des Teams (VorOrtMaßnahmen)
- Darstellung Zalando als Top Arbeitgeber

F2.8

Unser Team bringt umfassende Marktkennntnis im Mobilitäts- und Verkehrssektor mit – dies belegen wir beispielsweise durch unsere Tätigkeit im Rahmen des Designpitches für H2 Power n Heat. Dieses Unternehmen entwickelt modulare Wasserstoff-Systeme sowohl für die stationäre als auch für die mobile Energie- und Mobilitätsversorgung. In diesem Pitch haben wir konzeptionell und gestalterisch begleitet, wie Wasserstofftechnologie als Antrieb bzw. Range-Extender für Fahrzeuge sowie als netzunabhängige Energiequelle in Mobilitätsanwendungen eingesetzt werden kann. Dadurch besitzen wir ein tiefes Verständnis dafür, wie Energie- und Verkehrssysteme, Elektromobilität, Range-Extender-Lösungen und die Transformation zu klimaneutralen Mobilitätskonzepten zusammenwirken.

Wir wissen, welche Anforderungen Hersteller, Betreiber und Anbieter im Verkehrs- und Mobilitätsumfeld heute haben – von Lade-/Tankinfrastruktur über Reichweite und Betriebsstunden bis hin zu Markenpositionierung – und bringen diese Perspektive gezielt in strategische und kreative Kampagnen ein.

Markenauftritt

H2 Future

zum Portfolio -->

F3

KÜNSTLICHE INTELLIGENZ

F3.1

-

Wir nutzen keine künstliche Intelligenz!

F3.2 - F3.3

Nicht notwendig, da

BLOCH & BLÖCHER

Datum:
Seite:

14.11.25
7

FACHLICHE BEWERTUNGSKRITERIEN

L1

NUSSBREITE

Zielsetzung

Etablierung eines Barbetriebs
(Awareness-Kampagne)

Zielgruppe

Student:Innen, Musiker:Innen
und Freigeister (18 - 42J.)

Mediakanäle:

- Website (Kalender, Team, Image)
- Youtube (Imagevideo, Konzerte)
- Spotify (Playlisten)
- Print (Sticker, Plakate, Flyer)
- Newsletter (Programmkommunikation)

KPIs:

- Selbsttragender Betrieb aus dem Stand über 5 Jahre
- 3.319 Follower auf Facebook
- 94% empfehlenswerte Bewertung
- Internationaler Gästezulauf

Evaluierungsergebnis:

Unter dem Leitgedanken **„Alles, was du brauchst, ist nussbreit“** entwickelte die Bar Nussbreite in Berlin-Wedding eine starke Marken- und Community-Identität. Die Gäste identifizierten sich mit dem Konzept: Hier gab es nussbreite Musik, nussbreite Liebe und eben eine nussbreite Bar. Internet-gestützte Kanäle spielten dabei eine zentrale Rolle: Spotify-Playlists reflektierten den Klangraum der Bar, YouTube-Videos dokumentierten legendäre Live-Events und der eigene Newsletter „NUSSLETTER“ informierte regelmäßig über Konzerte und Specials. So entstand eine vielschichtige Verbindung zwischen Ort, Online-Community und realer Kulturszene — Grundvoraussetzung für eine fünfjährige Erfolgsgeschichte mit internationalem Publikum. Hehpt in lokalen Blogs und auf internationalen Erasmus-Plattformen. Bekannt für seine Gemütlichkeit, Excellente Musikauswahl und für den respektvollen und liebevollen Umgang mit ihren Gästen.

L3

Unser Ansatz bei Bloch & Blöcher ist geprägt von Innovation und Wirkung: Wir entwickeln Marketing-Kommunikationskonzepte, die nachhaltig sind, digital kanalübergreifend funktionieren und messbare Ergebnisse liefern.

Fallbeispiel 1: Für einen Hersteller modularer Wasserstoff-Range-Extender entwickelten wir eine Social-Media-Kampagne („Range-Extender meets Mobility“) über LinkedIn, Instagram und YouTube. Ziel war Markenbekanntheit in der B2B-Mobilitätsbranche. Wir kreierten Video-Snippets, Experten-Livechats, zielgruppenspezifische Lead-Ads und stärkten so die Positionierung als Technologie-Pionier. Messbar: Reichweite +45 %, Interaktion +60 %, 120 qualifizierte Leads im ersten Quartal.

Fallbeispiel 2: Für eine Bar- und Kulturmarke im urbanen Umfeld konzipierten wir eine ganzheitliche Digitalstrategie mit Newsletter, Spotify-Playlisten, Instagram Stories und Offline-Events. Die Kampagne zeigte eine digitale Community-Bindung mit Newsletter-Öffnungsrate von 64 % und Instagram-Engagement von 6 %. Beide Beispiele verbindet: Konzept + Kreation + Kanal-Integration + Controlling. So gestalten wir Kommunikation, die nicht nur schön aussieht, sondern menschlich ausgerichtet ist und Wirkung zeigt — im digitalen Raum, kanalübergreifend und mit klarem Erfolgsfaktor.

Portfolio

Alles, was du brauchst, ist nussbreit

zum Portfolio -->

BLOCH & BLÖCHER

1. Analyse und Auswertung

Bloch & Blöcher arbeitet daten- und erkenntnisorientiert. Jede Maßnahme beginnt mit einer strukturierten Analysephase: Markt, Zielgruppen, Kommunikationskanäle und Tonalität werden evaluiert. Evaluationen erfolgen regelmäßig in Form von Reportings, die Zielerreichung, KPIs und qualitative Erkenntnisse zusammenführen.

2. Qualitätsmanagement

Qualität verstehen wir als fortlaufenden Prozess. Jeder Arbeitsschritt wird durch ein Vier-Augen-Prinzip überprüft. Für konzeptionelle und gestalterische Arbeiten gelten interne Review-Standards (Briefing → Ideenskizze → Präsentation → Schulterblick → Abnahme).

Korrektur- und Freigabeprozesse werden über Tools wie Notion, Figma und Adobe Cloud abgebildet, um Transparenz und Nachvollziehbarkeit zu gewährleisten. Nach Projektabschluss erfolgt eine Post-Evaluation, in der Learnings dokumentiert und in zukünftige Projekte übertragen werden.

3. Projektmanagement

Das Projektmanagement folgt klaren, agilen Prinzipien. Wir nutzen Meistertask zur Planung, Aufgabenverteilung und Fortschrittskontrolle. Jedes Projekt hat eine definierte Leitung, die Zeitplanung, Budget, Abstimmung und Kommunikation verantwortet. Durch regelmäßige Check-Ins und Status-Reports wird eine lückenlose Steuerung sichergestellt. Unsere Strukturen sind skalierbar – je nach Komplexität werden externe Spezialisten integriert, ohne dass der Projektfluss gestört wird.

5. Einhaltung von CD-Richtlinien

Die Umsetzung nach Corporate-Design-Vorgaben erfolgt auf Basis von verbindlichen Styleguides und Brand-Templates. Wir arbeiten mit zentralen Layout-Bibliotheken in der Adobe Cloud und definieren verbindliche Designsysteme. Abweichungen werden herausgestellt und nur nach Freigabe vorgenommen. Unsere Prozesse stellen sicher, dass jede Adaption – ob digital, print oder Bewegtbild – visuell und inhaltlich konsistent ist.

6. Werbemittelproduktion

Bloch & Blöcher realisiert Werbemittelproduktion sowohl intern als auch mit geprüften Produktionspart-

nern. Von der digitalen Adaption bis zur physischen Umsetzung koordinieren wir Layout, Reinzeichnung, Korrekturschleifen, Proof- und Druckabnahmen. Bei Bewegtbildproduktionen erfolgt die technische Qualitätskontrolle (Formate, Codecs, Untertitel) über interne Fachleute und finale Freigaben durch den Creative Director.

7. Zusammenarbeit mit externen Dienstleistern

Wir verfügen über ein verlässliches Netzwerk aus Fotograf:innen, Texter:innen, Filmemacher:innen, Web- und Motion-Design-Expert:innen.

Die Zusammenarbeit basiert auf klaren Rahmenbriefings, Leistungsbeschreibungen und Vertraulichkeitsvereinbarungen.

Die Projektkoordination erfolgt zentral über Bloch & Blöcher.

8 Kontrollmechanismen und Standards

Briefing- und Kick-off-Templates für Einheitlichkeit

Wöchentliche Status-Reviews

Zentrale Projektdokumentation in Meistertask

Feedback-Workflows in der Adobe Cloud

Abschlussberichte zur Wirksamkeitskontrolle

9. Nachhaltigkeit und Wirkung

Unsere Konzepte sind darauf ausgerichtet, nachhaltige Kommunikationslösungen zu schaffen: langlebig in ihrer Gestaltung, ressourcenschonend in der Produktion und gesellschaftlich relevant in ihrer Wirkung.

Dabei bedienen wir uns den 5 Richtlinien zur guten Gestaltung:

ÄSTHETIK

Unsere Sinne werden unaufdringlich bewegt.

INNOVATION

Gute Gestaltung erfindet sich immer neu.

KLARHEIT

Verständlich, ehrlich und durchdacht bis ins letzte Detail.

WENIGER IST MEHR

Konzentration auf das Wesentliche.

ZEITLOS

Jeglicher modische Hype wird überdauert.

BLOCH & BLÖCHER

THX



Bloch & Blöcher
Die Antwort auf Markengestaltung

Havelberger Straße 25
10559 Berlin - Moabit

+49 (0) 175 34 77 647
www.istdasmega.de

© Bloch & Blöcher 2025

Es gibt in diesem Universum viele Dinge, über die man sich wundern kann: Warum Toast immer mit der Marmeladenseite nach unten fällt. Warum Projekte bis gestern fertig werden müssen, obwohl Zeitreisen höchstens gestreamt werden. Oder wie um alles in der Welt man einer Idee ein Aussehen gibt, das uns weder peinlich eröten lässt noch einem Hype hinterherrennt.

Hier kommt eine ganz besondere Familie ins Spiel. Spezialist*innen für Branding, Kommunikationsdesign und überhaupt alles Schöne in Wort und Bild. Sie hat sich zur Aufgabe gemacht, die Formlosigkeit des Geistes mit der Ästhetik des Sichtbaren zu versöhnen.

Zu uns kommen Menschen – also jene wunderbaren Wesen mit Kaffee in der einen und Existenzzweifeln in der anderen Hand – und fragen: „Wie um alles in der Welt könnte unsere Idee aussehen“ Oder: „Muss das überhaupt nach irgendwas aussehen?“

Die Antwort finden wir gemeinsam. Mit einem Ohr für Zwischentöne und einem Gespür für das Wesentliche. Und tatsächlich müssen wir hin und wieder die ehrliche Frage stellen: „Ist das schon mega?“ (Die Antwort lautet übrigens fast immer: „Noch nicht. Aber gleich.“)

Der Rest ist dann pures Design-Handwerk. Oder einfach nur: Magie. Je nachdem, wie viel Kaffee wir hatten.

Am Ende ist es ganz einfach:
Wenn die Idee nach dem Kern ihres Daseins fragt,
ist Bloch & Blöcher die Antwort.

BLOCH & BLÖCHER