

Presseinformation

Lingner realisiert multimedialen Integrierten Bericht 2015 für die Deutsche Bahn

Fürth, 13. April 2016 – Die Deutsche Bahn AG setzt erneut auf die Online-Kompetenz von Lingner Marketing: So haben die Fürther Kommunikationsexperten im zweiten Jahr in Folge den Online-Auftritt des Integrierten Berichts des Deutsche Bahn Konzerns umgesetzt. Unter dem Motto „Fit für die Zukunft“ konzipierte die Agentur eine hochwertige Adaption des Print-Berichts: www.db.de/ib. Neben der optimalen Darstellung der Inhalte für alle Endgeräte punktet die Online-Version mit einer nutzerfreundlichen Suchfunktion und multimedialen Inhalten, die die Ereignisse des Geschäftsjahres 2015 ansprechend, individualisierbar und zeitgemäß vermitteln.

Das digitale Format setzt auf Vernetzung, Interaktivität und Partizipationsmöglichkeiten. Die Multimedia-Version ist eine weboptimierte Fassung, die den Leser mit entsprechend aufbereitetem, maßgeschneidertem Content, und interaktiven Elementen durch die drei Dimensionen Ökonomie, Soziales und Ökologie navigiert. Die Publikation arbeitet verstärkt mit Bewegtbild-Videos, opulenter Optik und großzügigen Flächen, die sich dank responsivem Design problemlos auf allen mobilen Endgeräten darstellen lassen.

„Wir haben den Online-Bericht für die Deutsche Bahn AG bereits zum zweiten Mal in Folge umgesetzt“, ergänzt Sibylle Lingner, Geschäftsführerin und Inhaberin von Lingner Marketing. „Bei der diesjährigen Online-Version setzen wir auf ein innovatives und serviceorientiertes Format, bei dem sich alle Stakeholder schnell und übersichtlich zu den relevanten Themenwelten informieren können. Dazu gehören interaktive Features wie Grafiken, Animationen oder kurze Video-Clips, die den Integrierten Bericht digital erlebbar machen und eine ganzheitliche Userexperience ermöglichen.“

„Der Integrierte Bericht der Deutschen Bahn unterstreicht unsere Vorreiterrolle im Bereich des Integrierten Reportings. Ganz wesentlich dabei ist die systematische Verknüpfung und Verlinkung von Informationen aus allen drei Dimensionen der Nachhaltigkeit. Dafür nutzen wir auch konsequent die Möglichkeiten der digitalen Welt und bringen dadurch einen wesentlichen Grundgedanken des Integrierten Reportings zum Ausdruck“, so Robert Allen Strehl, CIRO, Leiter Investor Relations, Deutsche Bahn AG.

Bildnachweis:

Integrierter Bericht 2015 der Deutschen Bahn © Max Lautenschläger

**Über die Deutsche Bahn AG**

Die Deutsche Bahn AG wurde 1994 gegründet. Heute gehört sie zu den weltweit führenden Mobilitäts- und Logistikunternehmen und betreibt in über 130 Ländern mehr als 2.000 Standorte. Über 300.000 Mitarbeiter, davon rund 195.000 in Deutschland, setzen sich täglich dafür ein, Mobilität und Logistik für die Kunden sicherzustellen und die dazugehörigen Verkehrsnetze auf der Schiene, im Landverkehr sowie in der See- und Luftfracht effizient zu steuern und zu betreiben.

Kern des Unternehmens ist die Eisenbahn in Deutschland mit jährlich über zwei Milliarden Fahrgästen im Personenverkehr und rund 218 Millionen Tonnen beförderter Güter auf der Schiene. Darüber hinaus sind in Deutschland jährlich über 657 Millionen Kunden mit den Bussen der Deutschen Bahn unterwegs. Um nachhaltig erfolgreich zu sein, setzt die Deutsche Bahn auf zufriedene Kunden, eine hohe Qualität, qualifizierte und hoch motivierte Mitarbeiter sowie umweltschonende Produkte.

Weitere Informationen unter <https://www.deutschebahn.com>.

Über Lingner Marketing

Seit über 25 Jahren erfolgreich am Markt ist Lingner Marketing die erste Adresse für den Aufbau emotionaler Markenwelten und damit führend im Bereich des Emotional Brand Building. Die unabhängige und inhabergeführte Full-Service-Agentur entwickelt maßgeschneiderte Kommunikationslösungen on- und offline, die den Kunden emotional involvieren und nachhaltig an die Marke binden. Das crossmediale Leistungsspektrum umfasst strategische Beratung, Konzeption, Kreativleistungen sowie Corporate Communication. 1989 von Sibylle Lingner gegründet, zählt das Unternehmen mit Standorten in Fürth und München zu den kreativsten Agenturen Bayerns und ist auch im W&V-Ranking der 50 größten, inhabergeführten Werbeagenturen vertreten. Rund 60 Experten der unterschiedlichsten Spezialgebiete erarbeiten integrierte, crossmediale Kampagnen für internationale Konzerne sowie große mittelständische Firmen. Zu den Kunden der Agentur zählen namhafte Unternehmen wie Europas größte Garten-Center-Gruppe Dehner, der Lebensmitteldiscounter Norma, der internationale Polymerspezialist REHAU sowie der Hersteller für

medizinische Hilfsmittel medi oder das weltweit agierende Hopfenhandelsunternehmen Barth-Haas Group. Weitere Informationen unter www.lingner.de oder <http://www.lingneronline.de>.

Facebook: www.facebook.com/LingnerMarketing

Twitter: www.twitter.com/LingnerGmbH

Xing: www.xing.com/companies/lingnermarketinggmbh

YouTube: www.youtube.com/user/MarketingLingner

Pressekontakt:

Lingner Marketing / dot.communications

Sabine Werbel

T 089 – 530 797-210

E [s.werbel\(at\)dot-communications.de](mailto:s.werbel@dot-communications.de)