



Presseinformation

Deutsche Bahn richtet Marke neu aus und rückt Verantwortung in den Mittelpunkt

Neue Markenpersönlichkeit, neues Erscheinungsbild: Mit der Neuausrichtung des Unternehmens beginnt auch in der Markenführung ein neues Kapitel. Die neue Markenpersönlichkeit stellt diejenigen in den Mittelpunkt, die jeden Tag Verantwortung für eine bessere Bahn übernehmen: Die Macherinnen und Macher.

(Berlin, 1. September 2026) Die DB hat 2025 einen grundlegenden strategischen Neustart eingeleitet. Ziel ist es, den Konzern wieder zukunftsfähig zu machen und verloren gegangenes Vertrauen bei Kundinnen und Kunden zurückzugewinnen. Künftig gibt es drei Prioritäten: Verlässlichkeit, Qualität und wirtschaftliche Tragfähigkeit. Dieser Neustart zeigt sich ab sofort auch in der Corporate Identity und im Corporate Design.

Die neue Markenpersönlichkeit rückt die Menschen in den Mittelpunkt

Im Zentrum steht die neue Markenpersönlichkeit: „Die Macher:innen“. Sie beschreibt das neue Selbstverständnis der Deutschen Bahn und rückt die Menschen, die Verantwortung übernehmen und Veränderungen möglich machen, in den Mittelpunkt.

Jens-Oliver Voß, Leiter Kommunikation und Marketing der Deutschen Bahn: „Der Konzernumbau der DB läuft. Und das muss man auch sehen. Die Marke DB zeigt seit heute, wofür das Unternehmen in Zukunft stehen will: Verantwortung übernehmen. Anpacken. Die Bahn jeden Tag ein Stück besser machen.“

Die neue Markenpersönlichkeit gibt Orientierung und Inspiration für das Erscheinungsbild – von der werblichen Kommunikation über digitale Angebote bis hin zu Bahnhöfen und weiteren Kontaktpunkten mit der Marke.

Das dynamische Design steht für den Anspruch, immer besser zu werden

Martell Beck, Chief Marketing Officer der Deutschen Bahn: „Das Design orientiert sich optisch an den Schwellen unseres Schienennetzes und damit an der DNA der Eisenbahn. Die Schwellen entwickeln Dynamik und beschreiben den Weg der Deutschen Bahn nach vorn. Sie übersetzen unseren Anspruch, jeden Tag besser zu werden.“

Dr. Martell Beck
CMO der Deutschen Bahn
Tel. +49 (0) 30 297-61030
presse@deutschebahn.com

Je nach Kontext kann sich das Design unterschiedlich entfalten, bleibt jedoch stets als Deutsche Bahn erkennbar. Das neue Markenerlebnis wird sukzessive an den verschiedenen Touchpoints der Deutschen Bahn sichtbar und erlebbar. Das DB-Logo





Presseinformation

und die prägende Farbwelt bleiben unverändert und damit die zentralen Konstanten der Marke.

Die neue Markenpersönlichkeit und die Übersetzung in Design-Routen wurden von der Strategie-Agentur **of Unicorns&Lions** und der Branding-Agentur **Strichpunkt Identity** entwickelt. Die Ausarbeitung und Implementierung verantwortet **Strichpunkt**.

Dr. Martell Beck
CMO der Deutsche Bahn
Tel. +49 (0) 30 297-61030
presse@deutschebahn.com

