



# **PRO BAHN** **Ihr Fahrgastverband**

## **Positionspapier**

# **Ein neues DB-Preissystem nur mit BahnCard 50**

Oktober 2001

Kontakt:  
PRO BAHN NRW  
Maxstraße 11  
45127 Essen  
Tel. 0201 / 222 555

**PRO BAHN**  
Nordrhein-Westfalen  
Gemeinnütziger Fahrgastverband

## Inhaltsverzeichnis

1	Anlass .....	1
2	Zusammengefasstes Ergebnis.....	2
3	Derzeitiges Tarifsysteem, Nutzerprofile und Verkehrsmarkt .....	5
4	Kritikpunkte am neuen DB-Preissystem PEP .....	8
4.1	PEP ist weder transparent noch serviceorientiert .....	8
4.2	PEP verteuert Bahnfahrten für die Mehrzahl der derzeitigen Bestandskunden.....	9
4.3	PEP macht Bahnkunden unflexibel .....	11
4.4	PEP ist unfair für alle Stammkunden, besonders im Nahverkehr .....	13
4.5	PEP ist nicht erprobt und wird scheitern.....	13
5	PRO BAHN fordert den Fortbestand der BahnCard mit 50%-Ermäßigung auf den Grundtarif bei flexibler Zugnutzung .....	15
6	Schlussbemerkung .....	17
7	Anlage .....	19

## 1 Anlass

Zum Dezember 2002 beabsichtigt die Deutsche Bahn ein neues Preissystem „PEP“ einzuführen (PEP steht für „Preis- und Erlösmanagement Personenverkehr“).

Damit soll das derzeitige Preissystem abgelöst werden, das insbesondere von potentiellen Neukunden derzeit als zu unübersichtlich und als zu teuer beurteilt wird.

Die nachfolgenden Ausführungen beleuchten beabsichtigte Wirkungen und Rahmenbedingungen für Bahnreisen mit dem jüngst vorgelegten Vorschlag zur Ausgestaltung von PEP.

Zugleich werden Stärken und Schwächen eines PEP-Systems aus Sicht der Kunden analysiert. Insbesondere die vorgeschlagene Abschaffung des BahnCard-50-Tarifangebots führt zu erheblichen Mehrbelastungen für Vielfahrer, die abgeschätzt und in ihrer Auswirkung auf die Verkehrsmittelwahl abgeschätzt werden.

Das Vertrauen eines Kunden zu gewinnen dauert Jahre,  
es zu verlieren nur Sekunden.

(aus einem Handbuch für Vertriebsmitarbeiter)

## 2 Zusammengefasstes Ergebnis

Die Deutsche Bahn behauptet, mit dem neuen Preissystem PEP ein System vorzulegen, das

- transparent und übersichtlich
- preiswert
- familienfreundlich
- flexibel und serviceorientiert
- auslastungssteuernd
- fair im Nahverkehr
- erprobt und getestet

im Dezember 2001 einzuführen sei.

Nach Prüfung des vorgeschlagenen Tarifs stellt PRO BAHN fest:

Das System PEP ist ein Preissystem, das für den Fernverkehr entwickelt ist. Es betreibt eine Auslastungssteuerung der Fernverkehrszüge, indem es die Kunden vor die Alternative stellt:

Teuer reisen oder  
unflexibel auf eine einzige Reiseverbindung festgelegt sein.

**Dabei ist PEP weder transparent noch serviceorientiert.** Der Kunde wird zum Beförderungsfall, der über finanzielle Anreize auf bestimmte, nicht ausgelastete Züge gelenkt werden soll.

Der letztendlich gültige Reisepreis für rabattierte Fahrscheine kann nur durch Vorabbuchung, also durch Vorsprache an einer Verkaufsstelle weit vor der Fahrt erfragt und festgestellt werden. **Für preissensible Kunden bedeutet dies Komfortverlust und Mehraufwand** durch Entkopplung von Ticketkauf und Reiseantritt.

**Für die Mehrzahl der Bestandskunden, wird Bahnfahren deutlich teurer und/oder unflexibel.**

Einzig Familien und Kleingruppen profitieren deutlich vom neuen Preissystem. Stets gilt: Nur wer lange vor dem Reisedatum sein Ticket kauft, kann den vollmundig in den Vordergrund gestellten Preisvorteil im Vergleich zum derzeitigen Tarif auch tatsächlich nutzen.

**PEP ist unfair für alle Stammkunden mit BahnCard.**

Mit dem geplanten Wegfall des BahnCard-50%-Tarifs gibt es kein Tarifinstrument mehr, das vielfahrende Stammkunden unterhalb der NetzCard bindet.

Die vorgeschlagenen Bedingungen für die „neue“ BahnCard 25

- verteuern Reisen im Regionalverkehr
- vermitteln einen geringeren Nutzen im Fernverkehr

Diese „Entwertung“ der BahnCard steht damit völlig den Erwartungen der derzeitigen BahnCard-Nutzer entgegen.

**Das System PEP ist unfair.**

Es bürdet Vielfahrern, die nicht voraus buchen wollen - im Nahverkehr nicht voraus buchen können – deutliche Fahrgelderhöhungen auf, die sowohl im Grundsatz ungerechtfertigt, als auch in der Höhe völlig überzogen sind. Es sind keinerlei Leistungsverbesserungen vorgesehen, im Gegenteil:

Die vielfahrenden Stammkunden, insbesondere drei Millionen Nutzer der BahnCard werden mit Zugangshindernissen abgestraft oder abkassiert.

**Das System PEP ist für einen weit überwiegenden Kundenkreis weder erprobt noch getestet.**

Bei Individualreisenden zeichnet sich ein Scheitern ab: Weit weniger Reisende als prognostiziert nutzen den Buchungsweg „surf & rail“ im Internet, mit dem die Deutsche Bahn im Vorgriff auf PEP mit analogen Tarifbedingungen (Zugbindung, Tarifrabbatt) die Akzeptanz von Zugangsbeschränkungen getestet hat. Nach zunächst einigen hundert Nutzern täglich nach Einführung sind es nunmehr täglich tausend Nutzer, die bereit sind sieben Tage im Voraus bei deutlicher Fahrpreisermäßigung zu buchen. Das Fahrkartenkontingent von weniger als zwei (!) Fernverkehrszügen wird also schon zu PEP-Bedingungen abgesetzt. PRO BAHN meint, kein vielversprechendes, aber ein eindeutiges Ergebnis der Erprobung.

Erfolgreich eingeführt ist hingegen der neue Gruppentarif für Gruppen ab sechs Personen, der analog zu Bedingungen bei PEP gestaltet ist und seit Dezember 2000 verkauft wird. Gruppenreisen werden aber selbstredend mit entsprechender Vorlaufzeit geplant und vereinbart und unterscheiden sich damit völlig von einem Tarif für Individualreisende.

Fazit: PEP muss um ein Stammkundenangebot ergänzt werden, das dem Wunsch nach Flexibilität Rechnung tragen muss. Dieses Tarifangebot ist eingeführt und lautet BahnCard mit 50% Ermäßigung auf den Regeltarif bei freier Zugwahl.

Ein neues Preissystem ohne BahnCard 50 löst die Bindung zahlreicher BahnCard-Kunden zu einem Unternehmen, das aufgrund politischer Rahmenbedingungen Schienenfernverkehr in Deutschland als Monopolist betreibt. Dass Erlösausfälle bei Wegfall des BahnCard 50 %Verkaufs durch Mehrerlöse beim Ticketverkauf kompensiert werden, ist alles andere als sicher.

Erkennbar sind vielmehr hohe finanzielle Risiken für die Staatsbahn. Ein neues Preissystem ohne Fortbestand der BahnCard 50 gefährdet damit eine nachhaltige Entwicklung des Schienenverkehrs in Deutschland und riskiert eine Schrumpfbahn, die politisch weder gewollt noch vertretbar ist.

Statt mit MiniBahnCard und Fahrpreiserhöhung treue Bahnkunden zu vergraulen, können mit einer staatlich geförderten Weiterentwicklung der BahnCard Millionen

neuer Kunden für den Öffentlichen Verkehr gewonnen werden: Eine bezuschusste MobilCard zum Preis von 170,- DM (87,- €) mit 50% Rabatt für alle Bus- und Bahntickets wird Busse und Bahnen besser auslasten und damit letztlich den Verkehrsunternehmen deutlich über den Staatszuschuss hinausgehende Mehreinnahmen bescheren.

Die staatliche Förderung der BahnCard 50 ist das beste Kundenbindungsprogramm für Busse und Bahnen, das es gibt.

Die Weiterentwicklung zur MobilCard mit Gültigkeit in allen Bussen und Bahnen ist dann der nächste konsequente Schritt.

### 3 Derzeitiges Tarifsystem, Nutzerprofile und Verkehrsmarkt

Das derzeitige Tarifsystem ist geprägt von einem überteuerten Grundpreis (27,2 Pf je Kilometer, 2.Klasse), der keine Akzeptanz beim Kunden hat und eine hohe „psychologische“ Zugangshürde zum System Schiene aufbaut. Allgemein gilt die Bahn im Vergleich zu den variablen Kosten der PKW-Nutzung als „teuer“. Zudem überwiegt bei Nichtnutzern des Verkehrsangebots „Öffentlicher Verkehr“ die (subjektive) Übergewichtung von teils systembedingten Nachteilen (längere Fahrzeit auf Mitteldistanzen, auskunftsintensiver Aufbau von Mobilitätsketten Haustür – Haustür, unbequemer / beschränkter Gepäcktransport).

Die vorstehenden Nachteile und kundenfreundliche Lösungen zu ihrer Beseitigung sollen an dieser Stelle zunächst nicht weiter diskutiert werden, so viel sei dazu nur bemerkt: Sie können durch eine Serviceoffensive aufgehoben bzw. deutlich minimiert werden. Verschiedene europäische Bahnen bieten hier erprobte Lösungen, die von der DBAG noch offensiv aufgegriffen werden können (vgl. DB-Angebot „Reisepaket Komfort“) und müssen.

Die Hauptzugangshürde war und ist jedoch die subjektive Wahrnehmung „Bahnfahren ist teuer“

Festzustellen bleibt jedoch, dass diese Wahrnehmung deutlich relativierbar und mit dem bestehenden Preissystem vielfach zu entkräften ist.

Attraktivstes Angebot ist die BahnCard in ihrer derzeitigen Ausprägung eines 50-%-Rabatts auf den Grundpreis (die BahnCard gewährt zudem auch auf einige Sonderpreise Zusatzrabatt).

Bislang profitieren vom BahnCard-Tarif etwa drei Millionen BahnCard-Inhaber, zumeist vielfahrende Stammkunden der Bahn (wie u.a. Geschäftskunden und Fernpendler). Eine weitere Nutzergruppe sind Pendler im Regionalverkehr (insbesondere außerhalb von Nahverkehrsverbänden). Der Kauf einer BahnCard (Preis 260,- DM, 2. Klasse) ist immer dann attraktiv, wenn nicht annähernd täglich gefahren wird und daher eine Monats- oder Netzkarte „noch nicht lohnt“.

Für den Kunden ohne BahnCard stellt dagegen der heutige hohe Grundpreis eine Zugangshürde dar.

Attraktiv ist für diesen Kundenkreis schon heute die Nutzung der Bahn über größere Entfernungen, wenn entfernungsunabhängige Pauschalpreise wie (Super)Sparpreis oder „Guten-Abend-Ticket“ angeboten werden. Diese Angebote werden derzeit auch rege nachgefragt.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass schon jetzt für Fernreisende (mit Pauschalpreisen) und Vielfahrer (BahnCard-Angebot) zielgruppenspezifische Angebote vorliegen.

Bei den Pauschalpreisen ist zudem eine auslastungssteuernde Wirkung durch Gültigkeitsbeschränkung und / oder differenzierte Bepreisung des Angebots gegeben. So wird der SuperSparpreis derzeit schon mit Ausschlussstagen verkauft (keine Nutzung freitags und sonntags); das Guten-Abend-Ticket kostet

15,- DM Mehrpreis für die Nutzung am Freitag und am Sonntag und wird zudem neuerdings zuggebunden ausgegeben.

Für Einzelreisende ohne BahnCard-50 %-Ermäßigung fehlen derzeit preislich attraktive Angebote im Bereich von Mittelstrecken des Fernverkehrs (100 bis 500 km einfache Entfernung) sowie im gesamten Nahverkehr außerhalb der Verkehrsverbände.

Überteuert ist zudem das Bahnfahren für Familien und Kleingruppen bis fünf Personen im Fernverkehr, insbesondere solange die derzeit noch vorhandenen Systemmängel (Mobilitätsketten nur mit teils mehrmaligem Umsteigen, erschwerten Gepäcktransport u.a.) nicht abgebaut sind.

Eigentlich eine Binsenweisheit, so muss gerade bei der Diskussion um das neue Tarifsystem nochmals eindeutig festgestellt werden:

Hauptwettbewerber der Bahn ist der PKW, deutlich nachrangig das Flugzeug. Die Verkehrsmittelwahl wird dabei häufig auf geldwerter Basis getroffen. All zu häufig stehen damit nur die variablen Kosten der Nutzung eines eigenen Pkws dem Preis der Fahrkarte(n) beim öffentlichen Verkehr gegenüber.

Trotzdem wird nun mit PEP versucht, Auslastungssteuerung in die Preisbildung beim Bahntarif zu integrieren. Ausgelastete Züge sollen mehr Fahrgeld erwirtschaften, indem Tickets teurer vermarktet werden. Das dazu vorgeschlagene System ist dem Flugverkehr entlehnt. Diese Ideen zur Fahrpreisbildung bei der Bahn übersehen zweierlei:

- Die begrenzten Flugkapazitäten und die dem Flugverkehr eigenen Tarifierungsmodelle können erlösbringend nur im **hochpreisigen Markt der Geschäftsreisen** vermarktet werden.
- Am Himmel gibt es keinen Taktverkehr und keine Autos. Die Bahn muss aber am Boden bleiben und konkurriert daher mit dem Auto

Die Mobilität mit dem Flieger ist ein wirtschaftlich knappes Gut. Die innerdeutschen Flugkapazitäten sind aus vielerlei Gründen (Politik, Umweltschutz, Lärmschutz, Ökonomie) begrenzt und können niemals ähnlich umfängliche Transportkapazitäten wie Auto und Bahn bereitstellen. Die dem Flugverkehr eigenen Tarifierungsmodelle können durch den (teils subjektiv empfundenen) Zeitvorteil im hochpreisigen Markt der Geschäftsreisen erfolgreich vermarktet werden. **Dieses hochpreisige Segment bildet die wirtschaftliche Basis des Flugbetriebs.** Billigtickets dienen nur der Kapazitätsauffüllung zu Grenzkosten und werden daher auch nur eng kontingentiert als „Lockvögel“ oder als Last-Minute-Ticket abgegeben.

Billige Flugtickets können daher bei der Festlegung von Schienentarife nur als Maßstab für „Lockvogelangebote“ gelten. (Zudem sind billige Flugpreise auch das Ergebnis einer steuerlichen Ungleichbehandlung, der Flieger zahlt keine Ökosteuer, die Bahn sehr wohl!).

Am Boden konkurriert die Bahn mit dem Wettbewerber Auto im selben Verkehrsmarkt.

Eine deutsche Flächenbahn muss den Stundentakt im Fernverkehr anbieten, um konkurrenzfähig gegen den Wettbewerber Auto anzutreten.

Denn das Auto ist zeitlich flexibel.

Doch das Auto fährt vermeintlich ohne Fixkostenanteil.

Damit wird das Unterfangen der Bahnmanager, die Auslastungssteuerung auf der Schiene mittels Vorausbuchungsrabatt anstoßen zu wollen, zur Quadratur des Kreises.

Denn Flexibilität nötigt der Schiene einen durchgängigen Stundentakt ab.

Niedrige variable Kosten des Auto fordern der Bahn ein gleichwertiges, preislich attraktives Angebot ab.

Die Antwort der Bahn war die Einführung der BahnCard mit 50% Ermäßigung ohne Vorausbuchungspflicht oder Zugbindung. Damit gewinnt die Bahn die drei Millionen Stammkunden, die das System durchgängig und auch in Schwachlastzeiten nutzen.

Diesen Effekt hat die BahnCard 50 sowohl im Fernverkehr als auch im Nahverkehr.

Dazu gibt es keine bessere Alternative.

Um wie geplant Mehrerlöse aus dem hochpreisigen Marktsegment für Geschäftsreisen im Verkehrsmarkt zu erzielen, muss eine genaue Eingrenzung dieses Marktsegments erfolgen. Metropolitan-Züge mit durchschnittlich 35%-Auslastung sprechen eine deutliche Sprache, wie belastbar der Markt für Spitzenprodukte zu Spitzenpreisen ist.

## **4 Kritikpunkte am neuen DB-Preissystem PEP**

### **4.1 PEP ist weder transparent noch serviceorientiert**

Ziel eines neuen Preissystems muss es sein, die bisherige Tarifvielfalt bei der Bahn zu Gunsten eines kundenorientierten, verständlichen und preislich attraktiven Preissystems abzulösen.

Das Preissystem PEP wird denn auch damit beworben:

„PEP biete eine durchgehende Logik des Preissystems durch feste Relationspreise als Grundlage, auf der alle anderen Preiselemente aufsetzen.“

Das ist schnell vorgetragen, aber ist deswegen das PEP-Preissystem einfacher und transparenter als das alte?

Nein, denn der Grundpreis soll nach Zug und Reisetag bzw. konkreter Verbindungslänge variieren.

Auf diesen sogenannten Relationspreisen setzen nun die Rabatte auf, die Angebote sind zugspezifisch.

Jede konkrete Reiseverbindung liefert, je nach Verfügbarkeit, einen gegebenenfalls abweichenden Preis. Und das von Tag zu Tag veränderlich, je nach verfügbarem Restkontingent.

Eine Reise liefert dann beispielsweise 14 Fahrplanlagen, drei oder mehr verschiedenen Preise, täglich neu veränderlich.

Das ist so beabsichtigt, denn es soll ja auslastungssteuernd bepreist werden.

Damit entfällt aber für Gelegenheitsfahrer die Möglichkeiten, Reisekosten im voraus abzuschätzen. Eine Auslastungssteuerung über den Preis - ganz im Sinne von PEP - entfällt damit weitgehend.

Bei Sonderpreis zwei und drei muss zudem für Hin- und Rückreise die Verfügbarkeit geprüft werden, jede Verbindung wird bepreist und erläutert.

Das mag bei „surf und rail“ mit Bildschirmarbeitsplatz zuhause gut klappen, am Fahrkartenschalter werden die Schlangen immer länger und länger werden!

PEP ist nicht serviceorientiert, stattdessen erzwingt es die Beratung vor jeder Reisebuchung und erhöht zudem den Beratungsbedarf ungemein. Eine unverzeihliche Fehlentwicklung, zumal gerade die hohen Vertriebskosten schon jetzt eine der Schwachstellen des Fernverkehrs sind.

Nur das i-Tüpfelchen ist dabei, dass die Sonderpreise zwar die Zugbindung vorschreiben, aber keinen Sitzplatz garantieren. Den soll sich der Kunde

bitteschön gegen eine zusätzlich Reservierungsgebühr erkaufen. Serviceorientierung? Fehlanzeige!

Dem System PEP fehlt es zudem an Transparenz. Die Kontingente Sonderpreis 2 und 3 sind willkürlich festlegbar, will heißen verringerbar.

Hier kommen die Mehreinnahmen der DB aus der Vermarktung nachfragestarker Züge her. Sonderpreiskontingente werden geschrumpft und die bestehenden Kunden über höhere Ticketpreise mehr belasten. Ganz heimlich und mit Preisnachlass auf der Werbetafel. Verbrauchertäuschung statt Transparenz heißt die Devise.

#### **4.2 PEP verteuert Bahnfahren für die Mehrzahl der derzeitigen Bestandskunden**

Eines vorneweg: Die Bahn vermeidet derzeit noch jede Konkretisierung der PEP-Relationspreise.

Klar ist, dass die DB mit Einführung von PEP Mehrerlöse aus dem Ticketverkauf anstrebt. Zudem sind ca. 370 Millionen Mark Einnahmeausfälle aus der Reduktion des BahnCard-Verkaufspreises zu kompensieren (vgl. Kapitel 5 des Positionspapiers).

Damit muss - aus Sicht der Deutschen Bahn - PEP sicherstellen

- dass Mehrverkehre für nachfrageschwache Züge gewonnen werden, dazu dient das vorgeschlagene Rabattsystem.
- dass die derzeit nachfragestarken Züge teurer vermarktet werden, Bestandskunden also mehr zahlen; dazu dienen Zugangsbeschränkungen bei den Rabattpreisen (Kontingentierung, Vorausbuchungspflicht).

#### **PEP - Folgen für Bestandskunden der Bahn**

In einer Kundeninformation „exklusiv für BahnCard-Inhaber“ erklärt die DB: „Mit der neuen BahnCard sparen Sie immer“.

#### **Dies ist Verbrauchertäuschung der DB.**

Bestandskunden, insbesondere die drei Millionen Inhaber der BahnCard werden nach Einführung von PEP in der Verkehrsspitze freitags und sonntags deutliche Mehrbelastungen tragen müssen. Teuerung ist auch auf Relationen zu erwarten (z.B. Neubautrasse Frankfurt – Köln), auf denen „künstlich“ eine Angebotsverknappung durch das Management des Monopolisten Deutsche Bahn vorgegeben wird.

In Schwachverkehrszeiten hingegen sind die in PEP vorgesehenen

Zugangshemmnisse (insbesondere Vorausbuchung, Bindung an Rückfahrtscheine) nicht geeignet, die BahnCard-Kunden als Nutzer gleichermaßen zu binden, wie das zum BahnCard 50 Tarif derzeit möglich ist.

Insbesondere im Regionalverkehr führt die Absenkung des BahnCard-Rabattes zu deutliche Fahrgelderhöhungen, die sowohl im Grundsatz ungerechtfertigt, als auch in der Höhe völlig überzogen sind. Es sind dort keinerlei Leistungsverbesserungen vorgesehen.

Im Gegenteil: Die DB verschlechtert Ihr InterRegio-Angebot in der Region bis hin zur Einstellung von Linien. BahnCard-Bestandskunden werden gezwungen den mit PEP um 50% verteuerten Regionalverkehr zu nutzen.

### **PEP als Anreizsystem zur Gewinnung von Mehrverkehren für die Bahn ?**

Das neue Tarifsystem PEP will Kundengruppen, die bisher die Bahn aus preislichen Gründen abgelehnt haben, zu einer Mehrnutzung motivieren.

Die Rabattlogik im PEP erlaubt für Familien, Gruppen und Frühbucher eine Annäherung an die variablen Kosten der Pkw-Nutzung (teilweise sogar Unterschreitung). Dies betrifft insbesondere den „kritischen Entfernungsbereich“ von 200 bis 500 km, in dem heute kaum Sonderangebote nutzbar sind.

Im Langstreckenbereich hat die Bahn angekündigt, mit degressiven Relationspreisen auch für Einzelfahrer zu einer attraktiven Alternative zu werden.

Die PEP-Rabatte lösen dort jedoch lediglich die bestehenden entfernungsunabhängigen Tarifangebote (Super-)Sparpreis- und Guten-Abend-Tickets ab. Auch der Gruppentarif ab sechs Personen existiert bereits ohne PEP.

Die in PEP vorgesehene Mitfahrerregelung (zwei bis fünf Personen) ist die alte mit Ausnahme der Zusatzrabatte bei Vorausbuchung (Sonderpreis 3), dafür ist Wochenendbindung und Pflicht zum Rückfahrtschein neu gegeben.

Einzig Familien sind im Vergleich zum heutigen Tarif deutlich bessergestellt. Das war längst überfällig. Wegen systembedingter Nachteile (schwierigerer Gepäcktransport, Umsteigezwänge bei Wegfall von Direktverbindungen) wird hier aber keine nachhaltige „bahnbegeisterte“ Zielgruppe erschlossen.

Wo sollen die neuen Fahrgäste herkommen?

Wesentliche Mehrverkehre und damit Gewinnung von Neukunden und zusätzlichen Verkaufserlösen lässt das vorgeschlagene Tarifsystem nur für den mittleren Entfernungsbereich für Reisedistanzen (einfach) von 200 bis 500 km erwarten.

Das tariflich interessanteste Angebot trifft nun auf Zugstreichungen im InterRegio-Verkehr der Bahn. Just die geeignetste Zuggattung, Direktverbindungen mit attraktiver Reisezeit im mittleren Entfernungsbereich, hat die DB beim letzten Fahrplanwechsel massiv beschnitten.

Angebotsplanung im Zugverkehr und Tarifplanung widersprechen sich diametral.

### 4.3 PEP macht Bahnkunden unflexibel

Für den Autofahrer gilt: einsteigen, Zündschlüssel umdrehen, losfahren.

Es gibt keine Pflicht zur Vorbuchung, keine Kontingente und auch Umbuchungen sind weder möglich noch nötig. Hieran muss sich das Tarifsystem der Bahn für Stammkunden orientieren. Und am Preis, den diese Stammkunden für eine nicht immer fehlerfreie Leistung bereit sind zu zahlen.

PEP ist ein Preissystem, das für den Fernverkehr der Schiene in Anlehnung an die Flugtarifierung entwickelt ist. Es versucht eine Auslastungssteuerung der Fernverkehrszüge, indem es die Kunden vor die Alternative stellt:

- Teuer reisen oder
- unflexibel auf eine einzige Reiseverbindung festgelegt sein.

Sonderpreis 2 und 3 sind zudem nur als Rückfahrkarte zu haben. Verschärft werden die Bedingungen für das Gewähren von Fahrpreisrabatt noch dadurch, dass die Dreiecksfahrt und die Fahrtunterbrechung ausgeschlossen sind.

Mit PEP baut die Deutsche Bahn hohe Zugangshürden (Vorausbuchung, Zugbindung, Kauf einer Rückfahrkarte, keine Fahrtunterbrechung) auf und verknüpft diese mit dem Gewähren von Preisvorteilen.

(Inwiefern das Prinzip überhaupt durchgesetzt werden kann, hängt auch davon ab, welche Konditionen für eine spätere Umbuchung angeboten werden.)

Ohne konkrete Benennung der Konditionen für eine Umbuchung müssen diese Zugangsbeschränkungen abgelehnt werden, weil sie für viele Reisenden nicht einhaltbar sind. Die Bahnreise wird zu unflexibel, Flexibilität wäre nur zu einem nicht am Markt durchsetzbaren Preis zu erlangen.

Im übrigen hält PRO BAHN schon das Grundkonzept für falsch weil der Vorverkauf entweder zu starr reglementiert wird oder ein Tickettausch zu regelungsbedürftig und nur personalintensiv in der Durchführung zu organisieren ist.

Festzulegen wären die konkreten Konditionen für Umbuchungen innerhalb der Sonderpreise, von einem Sonderpreis auf einen anderen, die Erstattungsmöglichkeiten bei Nicht-Gebrauch der Fahrkarte sowie die Konditionen für eine Umbuchung von einem Sonderpreis auf den Normaltarif. Umtausch- und Erstattungsvorgänge würden unverhältnismäßig ansteigen und haben einen denkbar unproduktiven Personaleinsatz zur Folge.

Die Bahn versucht trotzdem, den Kunden zuzumuten, kostengünstig nur mit den Nachteilen der Tages- und Zugbindung zu reisen, zudem nur „solange Vorrat reicht“.

Statt antizipativ und flexibel auf Kundenwünsche einzugehen, sollen die Kunden über Ticketbedingungen unflexibel in der Reiseplanung gemacht werden. Der Kunde ist wieder „Beförderungsfall“ zudem ohne Sitzplatzgarantie, aber bitte mit Voranmeldung!

Dabei sind Kapazitätsengpässe auf der Schiene seitens der Deutschen Bahn zum Teil auch hausgemacht. Auf einigen Hauptmagistralen sind die ICE-Verbindungen unter der Woche nur deshalb halbwegs ausgelastet, weil parallele InterRegio-Verbindungen gestrichen wurden (z. B. München - Stuttgart/Karlsruhe oder Berlin - Rhein-Ruhr). Der DB-Vorstand hat hier die Kostenvorteile eines IR-Angebots als Grundlast ignoriert, um ein zu Spitzenzeiten letztlich überfordertes ICE-Angebot rechtfertigen zu können.

Umgekehrt ist die DB an der schlechten Sitzplatzauslastung in der Schwachverkehrszeit auch nicht unschuldig: Die Möglichkeit der nachfragegerechten Zugteilung mit entsprechenden Triebzügen (ICE 2, ICE 3 und ICT) werden bis heute kaum genutzt (derzeit verkehren nur zwei Linien im Fernverkehr mit einem Flügelzugkonzept). Nachbarbahnen in den Niederlanden oder Dänemark haben die Potenziale dieser Technik weit früher erkannt und teils jahrelang in erprobte Fahrplankonzepte „erfahrbar“ eingebunden.

Im Vorstand der Bahn werden hingegen schon wieder Stimmen gegen das Halbzugkonzept vernehmbar, weil dort nur die Mehrkosten für zwei Bistrowagen nicht jedoch die Vorteile der abschnittsweisen, bedarfsgerechten Zugschwächung bzw. Zugverstärkung gesehen werden.

Stattdessen setzte die Deutsche Bahn jahrzehntelang auf lokbespannte Züge, die seit einigen Jahren im festen Zugverband als Wendezug mit Steuerwagen gefahren werden. Es hätte den Verantwortlichen klar sein müssen, dass in der Folge ein unflexibler, weniger dem Bedarf angepasster und damit aufwändiger Betrieb einhergeht.

Flexibilität im Zugverkehr (z.B. durch nachfrageorientiertes Sitzplatzangebot) ist (zu) viel für verlangt vom „Unternehmen Zukunft“. Daher verlangt man viel Geld von treuen Bahnkunden, die als solche behandelt werden wollen.

Nur ein Monopolanbieter kann sich erlauben, solche Managementfehler zu Lasten des Kunden aufzuarbeiten.

#### **4.4 PEP ist unfair für alle Stammkunden, besonders im Nahverkehr**

Die Stammkundenbindung war bislang durch die BahnCard mit 50%-Ermäßigung auf den Regeltarif gegeben. Die angekündigte Einführung einer BahnCard mit 25%-Ermäßigung kann nicht überzeugen. Der etwa halbierte Bezugspreis deutet schon an, dass die Karte „weniger wert“ ist. Wie viel weniger, kommt auf das Reiseverhalten und die Bereitschaft zur Vorausbuchung an.

Auf im Vorverkauf rabattierte Fahrscheine wird ein 25%-BahnCard-Rabatt auf den ermäßigten Tarif gewährt. Die auf den Anschaffungspreis der BahnCard anrechenbare Ermäßigung sollen dann je nach Tarif nur noch 25 %, 23 %, 19 % bzw. 15 % des Grundtarifs betragen (bei den drei letztgenannten Tarifiermäßigungen verbunden mit Nachteilen wie Vorverkaufsfrist, Stornierungsgebühr, Wochenendbindung und Beschränkung auf Hin- und Rückfahrt).

Der geldwerte Vorteil bei Einsatz der geplanten BahnCard 25 sinkt daher deutlich.

BahnCard-Bestandskunden sollen zudem den attraktiven Vorteil einer 50%-Ermäßigung im Regionalverkehr verlieren. Geplant ist, zukünftig außerhalb der Verbundverkehre nur eine Ermäßigung von noch 25% zuzugestehen, mithin den BahnCard-Fahrpreis um 50% zu erhöhen.

Absehbar werden BahnCard-Bestandskunden teils zum Auto abwandern teils auf andere Produkte überwechseln.

Die „Politik der teuren Regio-Tickets“ wird auch von Verkehrsverbänden mitgetragen, die in der Nutzung des ermäßigten BC50-Tarifs eine aus Verbundsicht unerwünschte Möglichkeit sehen, Verbundtarife zu umgehen.

Diese Haltung stellt sich gegen die derzeitigen BahnCard-Inhaber. Diese sehen sich als Stammkunden. Sie erwarten, dass die BahnCard zur „MobilCard“ weiterentwickelt wird, die eine tarifliche Vorzugsbehandlung des Stammkunden in allen öffentlichen Verkehrsmitteln, egal ob Bus oder Bahn, ermöglicht.

#### **4.5 PEP ist nicht erprobt und wird scheitern**

Einsichtig ist, dass Kapazitäten im Regelverkehr im Taktfahrplan gebunden und nur durch flexible Zugbildung auslastbar, nicht aber wesentlich reduzierbar sind.

Umgekehrt wird Auslastungssteuerung durch Vorausbuchungspflicht und Zugbindung der Tickets scheitern. Es fehlt dafür die Akzeptanz der Kunden, als dass die Deutsche Bahn im Verkehrsmarkt die flächendeckende Zugbindung durchsetzen könnte.

Schon die EXPO-Sonderverkehre haben gezeigt, dass Zugbindung und Vorausbuchung hohe Zugangshürden sind, die auch bei hohen Rabatten von Kunden nur zögernd angenommen werden.

Das System PEP ist für einen weit überwiegenden Kundenkreis im Regelverkehr weder erprobt noch erfolgreich getestet.

Bei Individualreisenden zeichnet sich ein Scheitern ab: Weit weniger Reisende als prognostiziert nutzen den Buchungsweg „surf & rail“ im Internet, mit dem die Deutsche Bahn im Vorgriff auf PEP mit analogen Tarifbedingungen (Zugbindung, Tarifrabatt) die Akzeptanz von Zugangsbeschränkungen getestet hat.

Wird schon ein Vertriebsweg, der dem Kunden übersichtlich am Bildschirm ausgewählte Verbindungen und Preise listet (zu) wenig genutzt, wie viel riskanter weil aufwendiger ist der Schalterverkauf einer analog tarifirten Produktpalette für das Gesamtnetz.

Erfolgreich eingeführt ist hingegen der neue Gruppentarif für Gruppen ab sechs Personen, der analog zu Bedingungen bei PEP gestaltet ist (Ausnahme: Bindung Rückfahrt) und seit Dezember 2000 verkauft wird. Gruppenreisen werden aber selbstredend mit entsprechender Vorlaufzeit geplant und vereinbart und unterscheiden sich damit völlig von einem Tarif für Individualreisende.

PEP wird deren Wunsch nach Flexibilität Rechnung tragen müssen. Fair und ohne verdeckte Preiserhöhung zu Spitzenverkehrszeiten oder drastische Preiserhöhung um 50 % im Nahverkehr.

PEP ohne eine BahnCard mit 50%-ermäßigtem Grundtarif wird scheitern, zu viele Stammkunden werden zu „Preisfüchsen“ gewandelt oder steigen auf das Auto um. Die BahnCard-Verbreitung wird nicht zunehmen, die Kundenbindung jedoch aufgelöst. Daraus resultieren Einnahmeausfälle.

Sie werden durch Mehrverkehre von Familien, Gruppen und Individualreisenden in Schwachverkehrszeiten nicht zu kompensieren sein.

## **5 PRO BAHN fordert den Fortbestand der BahnCard mit 50%- Ermäßigung auf den Grundtarif bei flexibler Zugnutzung**

Der derzeitige Stammkunde mit BahnCard 50 ist erfahren und benötigt spezifisch weniger Beratungsbedarf. Allein dies rechtfertigt einen Preisvorteil, der bei derzeit über 15% Vertriebskostenanteil am DB-Ticketpreis nicht gering zu schätzen ist.

Die BahnCard 50 % bindet Vielfahrer an die Bahn. Kein Verkehrsunternehmen kann auf eine Basisauslastung durch diesen Kundenkreis verzichten.

Derzeit wird fast jedes zweite Ticket im Fernverkehr zum BahnCard-Tarif gelöst.

**Bei PEP fehlt ein Tarifbaustein, der diese Stammkundenbindung bietet und den Vielfahrer als das behandelt was er ist: Ein Stammkunde, der eine Vorzugsbehandlung verdient hat.**

PEP missachtet diesen Kundenstamm eklatant, zwingt Preiserhöhungen auf und verschlechtert den Systemzugang durch Zugangshürden.

Die „neue“ BahnCard ist kein gleichwertiges Instrument zur Kundenbindung.

Wird PEP wie vorgeschlagen mit einer „entwerteten“ BahnCard 25 eingeführt, so werden auch von den drei Millionen BC-50-Inhabern nicht mehr alle diese „kleine“ BahnCard 25 erwerben

- weil der BahnCard-Rabatt gegenüber dem Preis Grundtarif nur noch 25%, 23 %, 19 % bzw. 15 % beträgt und zudem Nachteile wie Vorverkaufsfrist, Stornierungsgebühr, Wochenendbindung und Beschränkung auf Hin- und Rückfahrt drohen
- gewaltige Preiserhöhungen von 50% im Nahverkehr durchgesetzt werden sollen

Zugleich sind dies Gründe, die auch Gelegenheitsfahrer abhalten, sich eine BahnCard 25% anzuschaffen.

Ein Preisbeispiel: Einem Gelegenheitsfahrer, zudem kein „Bahnprofi“, wird für eine Rückfahrkarte ein Ticket mit Rabatt Sonderpreis 2 zu 110 € angeboten. Die avisierte BahnCard-Ermäßigung von 27,5 € könnte mit dem Kaufpreis einer 60 € teuren BahnCard verrechnet werden. Bleiben Mehrkosten beim Erwerb der BahnCard 25 von 32,5 €. Also noch nicht bei der nächsten, erst bei der übernächsten solchen Reise „lohnt“ der Kauf der BahnCard. Zu unattraktiv, zu unwägbar, als dass damit neue Gelegenheitsfahrer als BahnCard-Erwerber zu gewinnen sind.

Zudem finanziert für viele BahnCard-Inhaber der Arbeitgeber die BahnCard, damit Tickets für Dienstreisen zu 50% ermäßigt zum BahnCard-Tarif genutzt werden. Zukünftig bietet für (vielfach notwendigerweise spontane) Dienstreisen der Großkundertarif des Arbeitgebers den attraktiveren Rabatt. Eine BahnCard wird daher seltener benötigt und seitens des Arbeitgebers nicht mehr beschafft.

Die in Preis und Wirkung reduzierte BahnCard wird daher nicht wesentlich erweiterte Kundenkreise für die Bahn gewinnen. Interessant ist die BC 25 nur noch für regelmäßige Nutzer des Fernverkehrs, die zum Grundtarif bzw. Sonderpreis 1 reisen wollen bzw. müssen. Der vorgesehene Rabattsatz der „neuen“ BahnCard beträgt dann im Mittel 20,5% vom Grundtarif. Von den derzeit drei Millionen BC-50-Nutzern werden daher - optimistisch geschätzt – etwa 2,5 Millionen diese „neue“ BahnCard kaufen.

Selbst wenn – wieder sehr optimistisch geschätzt - sich etwa eine Million neuer BahnCard-Kunden über PEP gewinnen lassen, so bleiben wegen des reduzierten Verkaufspreises bei 3,5 Millionen verkauften BahnCards „neu“ Erlösausfälle beim BahnCard-Verkauf von 360 Millionen DM.

Das Geld ist übrigens vom Kunden im Voraus bezahlt, sollte also zzgl. Zinsverlust angesetzt werden, **370 Millionen DM** jährlicher Erlösausfälle beim BahnCard-Verkauf kommen da leicht zusammen.

Weitere Risiken drohen, wenn die Stammkunden - auch dienstlich - weniger und „preisbewusster“ fahren. Der Einnahmeausfall durch Auflösung der Stammkundenbindung bei BC50-Kunden:

DM 100,- p.a. \* 3 Mio. BC-Kunden = 300 Millionen DM p.a.

**Durch Wegfall der BahnCard 50 % sind also Einnahmeausfälle bei BahnCard-Kunden in Höhe 670 Millionen DM absehbar.**

Werden durch Mehrverkehre von Gelegenheitskunden und Neukundengewinnung diese Ausfälle kompensiert?

PRO BAHN kommt nach der Abwägung von PEP-Anreizsystem und PEP-Zugangshemmnissen (vgl. insbesondere Kapitel 4) zu einem klaren Ergebnis: Es bleiben Erlösausfälle. Daher gilt aus Kundensicht und unter Würdigung der Betreiberinteressen der Deutschen Bahn:

**PEP kann nur mit Fortbestand der BahnCard 50 sinnvoll eingeführt werden.**

## 6 Schlussbemerkung

Die Möglichkeit von Verkehrslenkungen über Preise mit PEP wird erheblich überschätzt. Schon jetzt reisen Bahnkunden zu den Spitzenzeiten freitags und sonntags, weil Ihnen aus beruflichen oder sonstigen Gründen keine andere Wahl bleibt.

Natürlich ist es dennoch sinnvoll, Fahrgäste des öffentlichen Verkehrs durch tarifliche Angebote zur Fahrt in Schwachlastzeiten zu animieren und Spitzenzeiten zu verteuern. Das derzeitige Preissystem bietet bereits entsprechende Tarifmodelle ein.

PEP versucht, dieses Anreizsystem schnell durchschaubar zu machen und zudem für Hauptreisezeiten Preiserhöhungen durchzusetzen.

Die Preisschraube in der Spitzenzeit lässt sich jedoch für nicht beliebig nach oben drehen, sonst besteht die Gefahr das die Fahrgäste eine Grundsatzentscheidung zu Gunsten des PKW treffen. Die Autobahnen sind zu dieser Zeit zwar auch voll, aber so mancher könnte denken, besser im Stau gesessen als für teures Geld im Zug gestanden.

Verprellte Stammkunden fehlen jedoch dann in den Schwachverkehrszeiten. Dann steht schnell der Fortbestand eines leistungsfähigen Schienenfernverkehrs grundsätzlich in Frage.

Der Fortbestand der BahnCard 50 ist daher die Grundsatzentscheidung „Pro Bahn“, die Bundespolitik und Bahnmanagement einvernehmlich treffen sollten.

Die Schweiz macht mit 1,8 Millionen „Halbtaxabos“ vor, wie erfolgreich so eine konsequent getragene BahnCard sein kann. Hochgerechnet 22 Millionen Nutzer wären bei gleichem Erfolg in Deutschland zu erwarten. Derzeit gibt es bundesweit nur etwa drei Millionen BahnCard-Inhaber. Wichtig für den Erfolg in der Schweiz ist das Engagement der öffentlichen Hand. Die Schweiz fördert den Verkauf des „Halbtaxabos“ und übernimmt einen Teil der Kosten. Dieses „Anreizprogramm zur Nutzung von Bus- und Bahn“ macht aus Sicht des Fahrgastverbands PRO BAHN auch in Deutschland Sinn. Werden nur 3 Prozent von derzeit 13,5 Milliarden Mark, die der Bund den Ländern als Regionalisierungsmittel überweist zweckgebunden für die BahnCard eingesetzt, so könnte die Karte für 170,- DM statt derzeit 270,- DM (2.Klasse) verkauft werden. Mit überschaubar finanziellem Einsatz werden so Millionen neuer BahnCard-Kunden zu gewinnen sein. Haben die Leute erst ihre BahnCard in der Brieftasche, dann wird auch Bahn und Bus gefahren. Denn Tickets zum Halbprestarif kosten weniger, als der Autosprit. Der Erfolg lässt sich am Schweizer Modell ablesen. Mit dem finanziellen Einsatz des Bundes und der Länder muss eine Ausweitung der Gültigkeit in allen Bussen und Bahnen einhergehen.

Statt mit MiniBahnCard und Fahrpreiserhöhung treue Bahnkunden zu vergraulen, können mit der staatlich geförderten MobilCard Millionen neuer Kunden gewonnen werden, die Busse und Bahnen besser auslasten und damit letztlich

den Verkehrsunternehmen Mehreinnahmen beschere. Die staatliche Förderung der BahnCard 50 ist das beste Kundenbindungsprogramm für Busse und Bahnen, das es gibt, die Weiterentwicklung zur MobilCard mit Gültigkeit in allen Bussen und Bahnen ist dann der nächste konsequente Schritt.

## 7 Anlage

### 1.1-1 DB-Veröffentlichung zum neuen Preissystem



Pep2002.pdf