

WIE WEITER MIT DER BAHN? – WEGE AUS DER KRISE DES SCHIENENVERKEHRS IN DEUTSCHLAND

Positionspapier des Verbraucherzentrale Bundesverbands anlässlich des Runden Tisches der Bundestagsfraktion Bündnis 90/Die Grünen am 11. Februar 2019:

Die Eisenbahn ist für viele Verbraucherinnen und Verbraucher tagtägliches Verkehrsmittel und unabdingbar für ihre Mobilität. Doch Bahnfahren ist fast 25 Jahre nach der Bahnreform für Fahrgäste oft immer noch eine ernüchternde Erfahrung. Zwar ist aus der Beamtenbahn ein dem Erscheinungsbild nach modernes Unternehmen geworden, aber das Beförderungserlebnis der Fahrgäste entspricht nicht den gewachsenen Ansprüchen an Qualität, Flexibilisierung, Individualisierung und digitaler Vernetzung. Darüber hinaus ist das Vertrauen in die Zuverlässigkeit durch permanente Verspätungen, verpasste Anschlüsse, Zugausfälle oder technische Störungen bei vielen Nutzern verloren gegangen. Auch wenn die Deutsche Bahn durch neue Services wie W-Lan und Video-on-demand in den Zügen versucht, die Kundenzufriedenheit zu erhöhen und auch neue Kunden anzusprechen, ist die Verlässlichkeit des Angebots ein unerlässliches und ausschlaggebendes Argument für die Nutzung. Diese zu erreichen ist somit wichtigste Aufgabe einer zukunftsfähigen Bahnpolitik.

Doch neben der Steigerung der Verlässlichkeit zur Überwindung der momentanen Bahn-Krise muss sich die DB AG auch in anderen Bereichen zukunftsfähig aufstellen. Zudem muss die Politik Verantwortung für Fehlentscheidungen der Vergangenheit übernehmen und eine Bahnpolitik für die Zukunft beschließen und umsetzen. Die Berücksichtigung von Fahrgastwünschen ist dabei elementar für den Erfolg.

Ein Preissystem, das Kunden mitnimmt – und nicht verwirrt zurücklässt

Die Deutsche Bahn hat mittlerweile eine Vielzahl verschiedenster Tickets – inklusive unterschiedlicher Nutzungskonditionen. Den Flexpreis gibt es mit oder ohne Bahncardrabatt, je nach Tag gibt es auch eine auslastungsorientierte Hebung oder Senkung des Preises. Es gibt Spar- und Superspar-Tickets, mal mit und mal ohne Cityticket. Darüber hinaus sind Stornierungen nicht immer möglich und teilweise nur gegen Gebühr und für einen Gutschein. Kurzum: auch wenn die Deutsche Bahn durch Schaffung günstiger Angebote versucht, insbesondere Wenigfahrer zu gewinnen, ist das Preissystem mittlerweile sehr komplex geworden und verwirrt Kunden. Zudem werden anlässlich des Fahrplanwechsels jedes Jahr Änderungen vorgenommen, die neue Verwirrungen hervorrufen.

Die Deutsche Bahn muss ein langfristig konsistentes Preissystem beschließen, an das sich Kunden gewöhnen können und das ihnen Verlässlichkeit gibt. Besonders günstige Tickets können und sollten dabei erhalten bleiben, insbesondere um Seltenfahrer und zeitliche flexible Fahrgäste anzusprechen. Eine bewusste Fahrpreiserhöhung zur Lösung der Bahnkrise, wie seitens des Bundesministeriums für Verkehr und digitale Infrastruktur (BMVI) vorgeschlagen, lehnt der Verbraucherzent-

rale Bundesverband (vzbv) ab. Um die politischen Ziele, wie zum Beispiel die Verdoppelung der Fahrgastzahlen bis 2030 zu erreichen, ist das Bahnfahren vielmehr günstiger zu machen. Zugleich sind die Konditionen der verschiedenen Tickets zu vereinheitlichen, um unbeabsichtigte Fehlnutzung und somit böse Überraschungen für die Kunden zu vermeiden. Zudem müssen sich die Kunden darauf verlassen können, dass der Flexpreis nicht dynamisiert wird, sondern einen stabilen, klar definierten maximalen Fahrpreis darstellt. Eine aus Unternehmenssicht durchaus verständliche Auslastungssteuerung muss anders erreicht werden.

Einfachere Entschädigungen bei Verspätungen und Zugausfällen

Sinnbild der Bahnkrise sind täglich Dutzende Zugausfälle und Verspätungen. Für Kunden bedeutet dies im Falle von Entschädigungsansprüchen gegenüber den Bahnunternehmen, dass sie das Fahrgastrechteformular ausfüllen und per Post oder Direktabgabe am DB-Schalter dem Unternehmen übermitteln müssen. Das ist umständlich, wenig verbraucherfreundlich und angesichts eines immer größeren Anteils von Onlinetickets nicht mehr zeitgemäß. Die online-basierte Geltendmachung von Entschädigungsansprüchen muss schnellstens eingeführt werden. In einer zweiten Stufe ist die Einführung automatisierter Verfahren zur Entschädigung zu prüfen. Dies ist insbesondere bei Kunden mit DB-Kundenkonto, wo das Unternehmen alle notwendigen Informationen zur Schadensregulierung bereits besitzt, technisch möglich.

Institutionelle Fahrgastvertretung

Eine unabhängige und institutionelle Fahrgastvertretung hilft, das Bahnangebot und den Service stärker an den Verbraucherwünschen zu orientieren. Bereits bei der Bedarfsplanung sind unabhängige Dritte stärker zu beteiligen. So können teure, aber wenig zielführende Prestigeobjekte vermieden und das künftige Angebot mehr an Fahrgastinteressen ausgerichtet werden. Vergleichende Dienstleistungstests und -untersuchungen durch eine institutionelle Fahrgastvertretung helfen, den Service der Unternehmen zu verbessern, indem Benchmarks identifiziert und Kundenerwartungen bzw. -bewertungen transparent und wissenschaftlich fundiert erfasst und kommuniziert werden. Die Erfahrungen aus anderen Ländern wie Dänemark („Passagerpulsen“) oder Großbritannien („Transportfocus“) zeigen, dass eine breit aufgestellte Fahrgastvertretung dabei hilft, Probleme aus Verbrauchersicht zu identifizieren und abzustellen. Dabei steht der notwendige Mittelbedarf in einem sehr günstigen Verhältnis zum volkswirtschaftlichen Nutzen. Eine schlagkräftige Fahrgastvertretung muss perspektivisch auch über den Eisenbahnfernverkehr hinaus ein Mandat haben, um die gesamte Reisekette zu berücksichtigen. Die Ergebnisse einer institutionellen Fahrgastvertretung helfen nicht nur den Unternehmen, ihr Angebot zu verbessern, auch Entscheider auf verschiedenen politischen Ebenen (kommunal, regional, national) erhalten wertvolle Informationen, was Verbraucher vom Bahnverkehr der Zukunft erwarten. Dies kann und sollte bei der Schaffung der politischen Rahmenbedingungen berücksichtigt werden.

Mehr Transparenz und Kontrolle

Der Aufsichtsrat der Deutschen Bahn besteht derzeit aus zehn Vertretern des alleinigen Anteilseigners und zehn Arbeitnehmervertretern. In Anbetracht der besonderen Stellung des Unternehmens und seiner über rein wirtschaftliche Interessen hinausgehenden Aufgabe als Mobilitätsgarant für alle Verbraucherinnen und Verbraucher ist diese Zusammensetzung des wichtigen Aufsichtsorgans nicht mehr angemessen. So sollten künftig auch Verbraucherschutzvertreter und Mitglieder von Fahrgast- bzw. Umweltverbänden aufgenommen werden. Zudem muss der Aufsichtsrat stärker und kritischer als bisher die unternehmerischen Entscheidungen prüfen und gegebenenfalls eingreifen. Dies bedeutet auch, dass insgesamt mehr Transparenz, sowohl bei der Unternehmensführung wie auch im Aufsichtsrat notwendig ist. Dort getroffene Entscheidungen haben direkten Einfluss auf viele Verbraucherinnen und Verbraucher.

Die von der Deutschen Bahn verkündeten Unternehmensziele, wie zum Beispiel die ursprünglich angestrebte Pünktlichkeit im Fernverkehr von 82 Prozent in 2018, müssen ernster genommen werden und Nichterreichung muss zu spürbaren Sanktionen führen. Manager-Boni müssen, wenn Ziele nicht erreicht werden, stärker gekürzt oder ganz gestrichen werden.

Kontakt

*Verbraucherzentrale
Bundesverband e.V.*

Team Mobilität und Reisen

*Rudi-Dutschke-Straße 17
10969 Berlin*

mobilitaet@vzbv.de