

Eine Branche hofft

Deutsche Bahn: DRV und Verband der Bahnprofis fordern Kurswechsel



Fotos: stock.xchng, Daimler, DB

Wie der designierte Bahnchef Rüdiger Grube künftig die Weichen stellt, ist derzeit noch unklar

Frankfurt. Der neue Bahnchef Rüdiger Grube ist noch nicht im Amt, da prasseln schon die Forderungen auf ihn ein. In erster Reihe steht dabei die Reisebranche – und allen voran der DRV. Mit Entsetzen hat man dort auf das neue Geschäftsreiseportal der Bahn unter dem Titel Online Business Travel (OBT) reagiert.

Über die Internet-Plattform können Geschäftsreisende neben Bahn-Tickets auch Flüge, Hotels und Mietwagen zu tagesaktuellen Preisen buchen. „Damit steigt die Bahn in das ureigene Geschäftsfeld der Reisebüros ein und wird so zum Wettbewerber ihrer eigenen Handelsvertreter“, kritisiert der Verband und spricht von einem „Angriff des Staatsmonopolisten auf 3.000 DB-Reisebüros“.

Die im DRV organisierten Business-Travel-Büros fordern die Bundesregierung als alleinigen Gesellschafter der Bahn nun auf, das Online-Angebot

einzustellen. Denn, so Stefan Vorn dran, Vorsitzender des DRV-Ausschusses Business Travel: „Wir befürchten, dass es durch das neue Angebot der Bahn zu erheblichen Umsatzeinbußen und dadurch zu massivem Stellenabbau im mittelständisch geprägten Reisevertrieb kommen wird.“

Zuvor hatte bereits der Reisebüro-Verband „Die Bahnprofis“ den Rücktritt des bisherigen Bahnchefs Hartmut Mehldorn zum Anlass genommen, um der DB einen Kurswechsel im Vertrieb nahezu legen. Mehldorns Strategie hin zum Automaten- und Internet-Vertrieb sowie ein „misstratenes“ Preissystem habe bei den Vertriebspartnern „zu tiefem Misstrauen“ geführt, das nun abgebaut werden könne.

Unabdingbar dafür seien allerdings die „Regeln des Fairplay“, wozu gleiche Preise in allen Vertriebswegen ebenso gehörten wie ausreichende Provisionen. So solle sich die Bahn

von „unrealistischen Zielen“ wie dem 50-Prozent-Online-Anteil am Fahr-scheinverkauf lösen. „Nur der Mensch als aktiver Verkäufer ist in der Lage, potenziellen Kunden die Bahn schmackhaft zu machen“, so der Verband, dem verkaufsstarke Bahnspezialisten angehören.

Dem Mehldorn-Nachfolger Grube bieten sie an, bei der Umsetzung dieser Ziele „kollegial, partnerschaftlich und konstruktiv“ zusammenzuarbeiten. Der allerdings ist als aktueller Leiter der Sparte Konzernentwicklung bei Daimler weit weg vom Thema Vertrieb. Insofern dürfte er sich, wenn es um den Verkauf von Bahn-Tickets geht, in erster Linie auf den langjährigen Vertriebschef Jürgen Büchy verlassen. Und der ist maßgeblich mitverantwortlich für die Strategie der vergangenen Jahre – inklusive des neuen Geschäftsreiseportals.

T. Riebeschl/C. Knaack