

Bericht des Landes Brandenburg

zur Gemeinsamen Konferenz der Verkehrs- und Straßenbauabteilungsleiter der Länder
(GKVS) am 16./17. Oktober 2013 in Berlin
und zur Verkehrsministerkonferenz (VMK) am 6./7. November 2013 in Suhl

**TOP 5.7/
TOP 5.6** **Neue Agenturverträge der DB AG**

Sachverhalt

Die DB Vertrieb GmbH (DB Vertrieb) unterhält neben eigenen Vertriebskanälen über Kundenzentren, Online-Verkauf und Automaten auch ein breit gefächertes Agenturnetz von privat betriebenen Bahnschaltern und Reisebüros, die Bahnfahrtausweise verkaufen. Von den Agenturen werden neben Fahrausweisen zum DB-Tarif (Fernverkehr, verbundübergreifende Nahverkehrsfahrausweise und Länder-Tickets) in der Regel auch Verbundfahrausweise verkauft. Die DB Vertrieb erbringt dabei Vertriebsleistungen sowohl im Namen von DB Fernverkehr und DB Regio, als auch für Nichtbundeseigene Eisenbahnen (NE-Bahnen).

Anfang September konfrontierte die DB Vertrieb die Agenturen mit einem neuen Provisionsmodell, das nur für Agenturen, deren Standort in Verkehrsverträgen vertraglich gesichert ist, eine auskömmliche Provision vorsieht. Andere Agenturen sollen hingegen abgestuft („Leisure“, "Sonstige") eine stark reduzierte Provision erhalten. Eine Vorabinformation bzw. eine Abstimmung dieser Vorgehensweise erfolgte weder mit den betroffenen NE-Bahnen noch den Aufgabenträgern und den Landesministerien.

In Gesprächen mit DB Vertrieb konnte die BAG-SPNV einen teilweisen Aufschub erwirken. Hiernach sollen nicht durch die Aufgabenträger bestellte Agenturen an Bahnhöfen zunächst bis Ende 2014 nach einem gegenüber dem ursprünglichen Vorschlag leicht verbesserten jedoch gegenüber Status quo immer noch geringeren Provisionssatz ab-

gerechnet werden. Für Reisebüros und andere Agenturen abseits von Bahnstands-orten sollen demgegenüber bereits ab Anfang 2014 die neuen, niedrigen Provisionsätze gelten.

Wertung

Wurden bisher seitens der DB AG vorrangig Fernverkehrslinien eingestellt, und damit die Bedienung und Finanzierung zunehmend in die Verantwortung der Aufgabenträger des SPNV verlagert, so versucht die DB AG nun auch im Bereich des Vertriebs eine Kostenverlagerung vom eigenwirtschaftlichen Fernverkehr zu Lasten des gemeinwirtschaftlich organisierten Schienenpersonennahverkehrs durchzusetzen.

Die gravierenden Absenkungen der Provisionen für zukünftige „Leisure“-Agenturen (bundesweit ca. 1.680, das sind ca. 75 % aller DB-Agenturstandorte) werden absehbar einen vermutlich wesentlichen Anteil dieser Agenturen zur Aufgabe zwingen.

Das Provisionsmodell lässt die Belange ländlicher Räume gänzlich unberücksichtigt. Im Hinblick auf den demografischen Wandel trägt das bisher vorgetragene Argument der DB AG nicht, dass der Bedarf im ländlichen Raum durch elektronische Vertriebswege ausreichend gedeckt wäre. Gerade die älteren Fahrgäste sind bei Fahrzielen, die über den regionalen Bereich hinausgehen, auf einen personenbedienten Vertrieb angewiesen. Ein Verbundfahrausweis kann beispielsweise auch beim Fahrer im Zubringerbus zum Bahnhof erworben werden. Eine Fahrkarte des Fernverkehrs hingegen nicht.

Die hohen Provisionsforderungen von DB Vertrieb an NE-Bahnen in den bestehenden Vertriebskooperationsverträgen wurden bislang unter anderem mit dem dichten, bundesweit bestehenden Agenturnetz begründet. Es ist anzunehmen, dass die von den NE-Bahnen an DB Vertrieb zu zahlende Provisionssätze durch diese Veränderung nicht reduziert werden. Der Leistungsumfang von DB Vertrieb wird sich hingegen durch das Agentursterben mindern.

Die Schwächung dieses Vertriebswegs kann in Teilen zu Nachfragerückgängen gerade in ländlichen Räumen führen, die in der Folge das Geschäftsergebnis von NE-Bahnen mit Anreiz- oder Nettoverträgen negativ beeinflussen.

Die DB Vertrieb agiert dabei - anders als vom Unternehmen stets beteuert - nicht als neutraler Vertriebsdienstleister. Zwar wird den Aufgabenträgern angeboten, weitere Agenturen und Verkaufsautomaten in bestehende Verkehrsverträge aufzunehmen, eine

Offenlegung der Kostenstrukturen wird jedoch mit Verweis auf die Eigenwirtschaftlichkeit des Fernverkehrs verwehrt. Den Aufgabenträgern und den NE-Bahnen ist es somit nicht möglich, die Angemessenheit der Kosten im Hinblick auf den anteiligen Vertrieb von Fahrkarten des Fernverkehrs zu beurteilen.

Der AK Bahnpolitik hat mehrfach der GKVS gegenüber berichtet, dass in der Monopolstellung der DB AG im Bereich der Tarif- und Vertriebskooperationen ein erhebliches Diskriminierungspotenzial gegenüber den NE-Bahnen gesehen wird. Gemeinsam mit Vertretern der DB AG und der NE-Bahnen wurden Ansätze zur Behebung dieses Diskriminierungspotentials im entsprechenden Unterarbeitskreis erörtert. Dieser Prozess ist noch nicht abgeschlossen. Das aktuelle Handeln von DB Vertrieb lässt nicht erkennen, dass hier ein neutraler Dienstleister Vertriebsleistungen transparent und diskriminierungsfrei am Markt anbietet. Insbesondere ist die Doppelrolle als Vertriebsdienstleister für den eigenwirtschaftlich agierenden Konzernteil DB Fernverkehr und den gemeinwirtschaftlich organisierten Konzernteil DB Regio unter den derzeitigen Rahmenbedingungen kritisch zu sehen.

Der Vertrieb von Fahrkarten ist neben der eigentlichen Verkehrsleistung ein wichtiges Element im Schienenpersonenverkehr. Soweit Eisenbahnverkehrsunternehmen den Vertrieb von Fahrkarten des eigenen Tarifs nicht selbst durchführen, sondern durch Dritte im Rahmen von Tarif- und Vertriebskooperationen erbringen lassen, sind an diese Kooperationen vergleichbare Anforderungen bezüglich eines diskriminierungsfreien Zugangs zu stellen, wie sie im Bereich der Eisenbahninfrastruktur gelten.