

Kleine Anfrage

der Abgeordneten Torsten Herbst, Frank Sitta, Dr. Christian Jung, Daniela Kluckert, Oliver Luksic, Bernd Reuther, Grigorios Aggelidis, Renata Alt, Nicole Bauer, Jens Beeck, Nicola Beer, Dr. Jens Brandenburg (Rhein-Neckar), Dr. Marco Buschmann, Carl-Julius Cronenberg, Hartmut Ebbing, Dr. Marcus Faber, Daniel Föst, Otto Fricke, Thomas Hacker, Katrin Helling-Plahr, Markus Herbrand, Katja Hessel, Reinhard Houben, Ulla Ihnen, Olaf in der Beek, Gyde Jensen, Thomas L. Kemmerich, Dr. Marcel Klinge, Pascal Kober, Carina Konrad, Konstantin Kuhle, Ulrich Lechte, Till Mansmann, Dr. Jürgen Martens, Roman Müller-Böhm, Christian Sauter, Frank Schäffler, Matthias Seestern-Pauly, Judith Skudelny, Bettina Stark-Watzinger, Dr. Marie-Agnes Strack-Zimmermann, Benjamin Strasser, Katja Suding, Linda Teuteberg, Michael Theurer, Stephan Thomae, Gerald Ullrich, Nicole Westig und der Fraktion der FDP

Ticketvertrieb im Schienenpersonenverkehr

Ein einfacher, schneller und unkomplizierter Ticketerwerb ist für die Attraktivität des Schienenverkehrs in Deutschland von enormer Bedeutung. Sowohl im Schienenpersonennahverkehr (SPNV) als auch im Schienenpersonenfernverkehr (SPFV) sind Bahnkunden darauf angewiesen, je nach ihren Bedürfnissen und Vorlieben über verschiedene Anlaufstellen und Kanäle ein Ticket erwerben zu können. Zu den verschiedenen Möglichkeiten zählen unter anderem der Erwerb am Schalter, im Zug, an Ticketautomaten auf Bahnhöfen oder online. Um die Vorzüge des Verkehrsträgers Schiene in puncto Effizienz, Nachhaltigkeit und Geschwindigkeit weiter zu erhöhen, sollte nach Auffassung der Fragesteller vom Gesetzgeber angestrebt werden, den Ticketerwerb im Schienenverkehr noch komfortabler auszugestalten. Um dieses Ziel zu erreichen, müssen jedoch verschiedene Probleme gelöst werden.

Zum einen wird nach Ansicht der Fragesteller ein unkomplizierter Ticketerwerb nach wie vor durch komplizierte Tarifstrukturen behindert. Viele Kunden wollen heute kein Ticket für ein einzelnes Verkehrsmittel erwerben. Sie erwarten vielmehr ein Ticket für ihre gesamte Reisekette – von Tür zu Tür (www.welt.de/wirtschaft/article181257124/Deutsche-Bahn-Wie-der-Deutschland-Takt-die-Bahn-zum-Transportmittel-der-Zukunft-machen-soll.html). Ein solches Ticket muss über Tarifsysteme, Verkehrsmittel und Unternehmen hinweg verkauft werden können und idealerweise auch nichtöffentliche Verkehrsträger, wie Carsharing und Fahrräder, einschließen. Diesem Anspruch wird das heutige System noch nicht in hinreichender Form gerecht.

Ein weiteres Problem betrifft nach Auffassung der Fragesteller den nach wie vor bestehenden „Gebietsschutz“ der Deutschen Bahn AG (DB AG). Demzufolge darf die DB AG als einziges Unternehmen Tickets für alle Strecken im SPNV und SPFV anbieten. Wettbewerbsbahnen hingegen dürfen Fahrausweise nur für ihr jeweiliges Bediengebiet und für Strecken, die aus ihrem Bediengebiet heraus verlaufen, vertreiben. Ähnlich verhält es sich mit der Verpflichtungszusage der DB AG aus einem Verfahren vor dem Bundeskartellamt. Dadurch dürfen Wettbewerbsbahnen zwar Tickets für den SPFV verkaufen, jedoch nur über Automaten, die in Verkehrsverträgen vorgegeben sind und nicht online, nicht für Verbindungen ins Ausland und zu kaum auskömmlichen Provisionen. Hinzu kommt, dass die DB AG zwar Fahrplandaten, Tarif- und Vertriebsdaten für alle Wettbewerber sammelt, Zugtickets für diese jedoch selektiv nicht anbietet oder den Vertrieb durch verschiedene Hürden erschwert. So werden etwa Tickets von Unternehmen, die im direkten Wettbewerb zur DB AG stehen, in der Fahrplanauskunft ohne Preisangabe angezeigt (vgl. Bundestagsdrucksache 19/7481). Auch stellt die DB AG die ihr vorliegenden Tarif- und Vertriebsdaten nicht ohne weiteres anderen Unternehmen zur Verfügung.

Diese Einschränkungen behindern nach Auffassung der Fragesteller nicht nur den Wettbewerb im Schienenverkehr, sie erschweren vor allem durchgehende Reiseketten und schmälern dadurch die Attraktivität des Verkehrsträgers Schiene im Vergleich zum Straßen- oder Luftverkehr.

Wir fragen die Bundesregierung:

1. Wie viele Zugtickets mit DB-Tarif (keine Verbundtickets, siehe Frage 2) des SPNV und des SPFV haben die in Deutschland fahrenden Bahnen der DB AG in den letzten zehn Jahren auf den folgenden Ticketvertriebswegen verkauft, und welcher Umsatz wurde dadurch jeweils generiert (bitte nach Jahr und SPNV bzw. SPFV aufschlüsseln):
 - a) Online-Ticket auf der Website „www.bahn.de“
 - b) Handy-Ticket über die App „DB Navigator“
 - c) DB-Ticketautomat
 - d) DB-Reisezentrum/Fahrkartenschalter
 - e) DB-ServiceStore-Kiosk
 - f) DB-telefonischer Verkauf
 - g) Online-Ticket auf der Website eines anderen Vertriebsunternehmens
 - h) Handy-Ticket auf der App oder Website eines anderen Vertriebsunternehmens
 - i) Ticketautomat eines Drittunternehmens
 - j) Fahrkartenschalter eines anderen Verkehrsunternehmens
 - k) Reisebüro
 - l) DB-Bordverkauf?
2. Wie viele Verbundtickets des SPNV und des SPFV haben die in Deutschland fahrenden Bahnen der DB AG in den letzten zehn Jahren über die in Frage 1 aufgeführten Vertriebswege verkauft, und welcher Umsatz wurde dadurch jeweils generiert (bitte nach Jahr und SPNV bzw. SPFV aufschlüsseln)?
3. Wie viel Prozent von allen verkauften Zugtickets und Verbundtickets der in Deutschland fahrenden Bahnen der DB AG entfallen jeweils auf die in Frage 1 aufgeführten Vertriebswege, und wie hat sich dieser Anteil in den letzten zehn Jahren entwickelt (bitte nach Jahr aufschlüsseln)?

4. Welche Entwicklung für die in Frage 1 aufgeführten Vertriebswege erwartet die Bundesregierung für die kommenden zehn Jahre?
5. Sollte es nach Auffassung der Bundesregierung für alle Eisenbahnverkehrsunternehmen (EVU) möglich sein, auf der Website www.bahn.de Bahntickets zu vertreiben?

Wenn nein, warum nicht?

6. Sollten nach Vorstellung der Bundesregierung alle am Markt teilnehmenden EVUs eigene Ticketautomaten betreiben, oder sollte es Bahnkunden perspektivisch ermöglicht werden, an allen Automaten Tickets für alle EVUs zu erwerben?
7. Plant die Bundesregierung gegenüber der DB AG darauf hinzuwirken, dass an allen Verkaufsstellen der DB AG (Ticketautomat, Onlineverkauf, bahn.de und DB Navigator) uneingeschränkt auch Tickets für Wettbewerbsbahnen erworben werden können?
Wenn nein, warum nicht?
8. Wie viele Ticketautomaten betreibt die DB AG, und wie hat sich die Anzahl in den letzten zehn Jahren entwickelt (bitte nach Jahren aufschlüsseln)?
9. Wie viele Tickets wurden in den letzten zehn Jahren durchschnittlich je Ticketautomat verkauft (bitte nach Jahr aufschlüsseln)?
10. Welche Kosten entstanden der DB AG in den letzten zehn Jahren durch Betrieb und Wartung der Ticketautomaten (bitte nach Jahr aufschlüsseln)?
11. Welche Kosten entstanden der DB AG in den letzten zehn Jahren durch Vandalismus an Ticketautomaten (bitte nach Jahr aufschlüsseln)?
12. Welche Kosten verursacht der Vertrieb eines Tickets über die in Frage 1 aufgeführten Vertriebswege jeweils im Jahresdurchschnitt?
13. Wie hoch sind die Provisionen für den Vertrieb von Tickets anderer Bahnanbieter über das System der DB AG (bitte nach Vertriebsweg aufschlüsseln)?
14. Wie hoch ist der Anteil aller Verkehrsverträge, in denen der DB AG nach Kenntnis der Bundesregierung durch die Aufgabenträger der Länder der Einsatz von Ticketautomaten in Regionalzügen vorgeschrieben wird?
15. Wie viele Tickets für in Deutschland fahrende Wettbewerbsbahnen haben die DB AG und ihre Tochterunternehmen in den letzten zehn Jahren im SPFV verkauft (bitte nach Jahr aufschlüsseln)?
16. Über welche der in Frage 1 genannten Vertriebskanäle wurden diese Tickets nach Kenntnis der Bundesregierung, für Wettbewerbsbahnen in den Jahren 2017 und 2018 anteilig verkauft?
17. Plant die DB AG nach Kenntnis der Bundesregierung, in Zukunft auch Fernverkehrstickets anderer EVUs über ihre Automaten zu vertreiben?
18. Wie bewertet die Bundesregierung die Einführung eines einheitlichen Ticketsystems, das den Verkauf von allen Zugtickets über jeden Automaten (auch die von nicht bundeseigenen Eisenbahnen) ermöglicht?
19. Welche konkreten gesetzgeberischen Schritte hat die Bundesregierung unternommen bzw. sind momentan in Planung, um ein solches einheitliches Ticketsystem einzuführen, und gibt es Planungen seitens der Bundesregierung, wie ein solches Ticketsystem wettbewerbsneutral im Rahmen eines Deutschland-Taktes ausgestaltet werden kann?

20. Wie bewertet die Bundesregierung den Nutzen des geltenden Gebietsschutzes der DB AG beim Ticketverkauf hinsichtlich des Einflusses auf durchgehende Reiseketten und der Nutzerfreundlichkeit des Ticketvertriebes?
21. Weshalb darf nur die DB AG Fernverkehrstickets mit Nahverkehrstickets in einem Verkehrsvertrag verknüpfen?
22. Wie bewertet die Bundesregierung die Möglichkeit eines offenen Systems, in dem alle EVU ihre Fahrplandaten hinterlegen und auf das alle Anbieter zugreifen können, und hat die Bundesregierung Schritte geplant, um ein solches System zu implementieren?
23. Ist der Bundesregierung bekannt, dass Wettbewerbsbahnen der DB AG teilweise keine Echtzeitdaten von Zügen der DB AG und ihrer Tochterunternehmen erhalten, und falls ja, wie bewertet die Bundesregierung diesen Umstand?
24. Plant die DB AG nach Kenntnis der Bundesregierung, eine generelle Vergünstigung von Online-Tickets gegenüber Ticketautomaten einzuführen, um dadurch weitere Anreize für den digitalen Ticketkauf zu setzen?

Berlin, den 3. April 2019

Christian Lindner und Fraktion