



BUDAPEST2008

DRV Jahrestagung und
Deutscher Reisebürotag

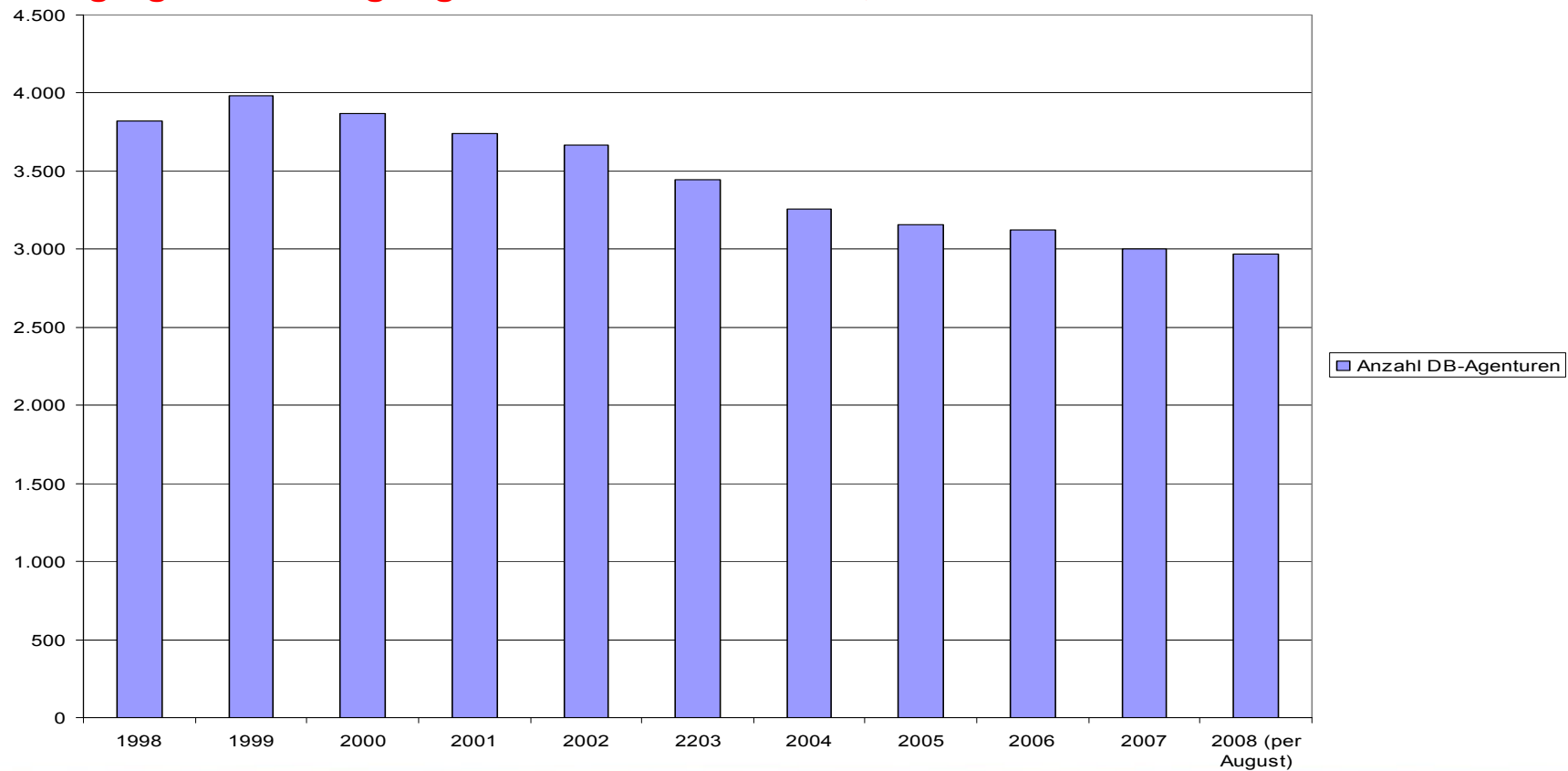
Workshop Bahn

DB-Vertrieb: Quo vadis?

Entwicklung der Agenturlandschaft

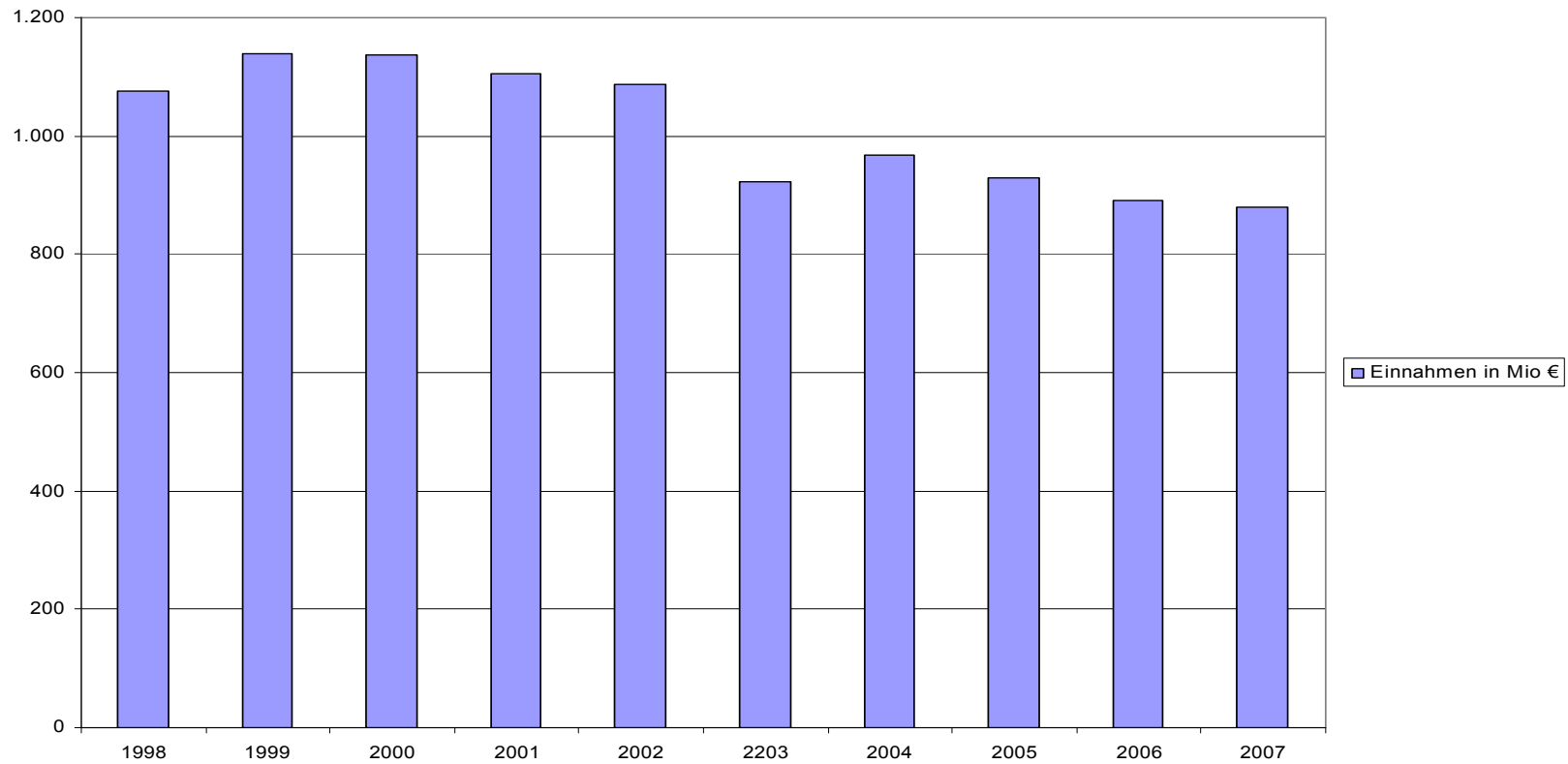
Seit 1999 sinkt die Anzahl der DB-Agenturen kontinuierlich von 3.824 auf jetzt 2.966.

Sie ging in den vergangenen 10 Jahren um 22,4 % zurück.



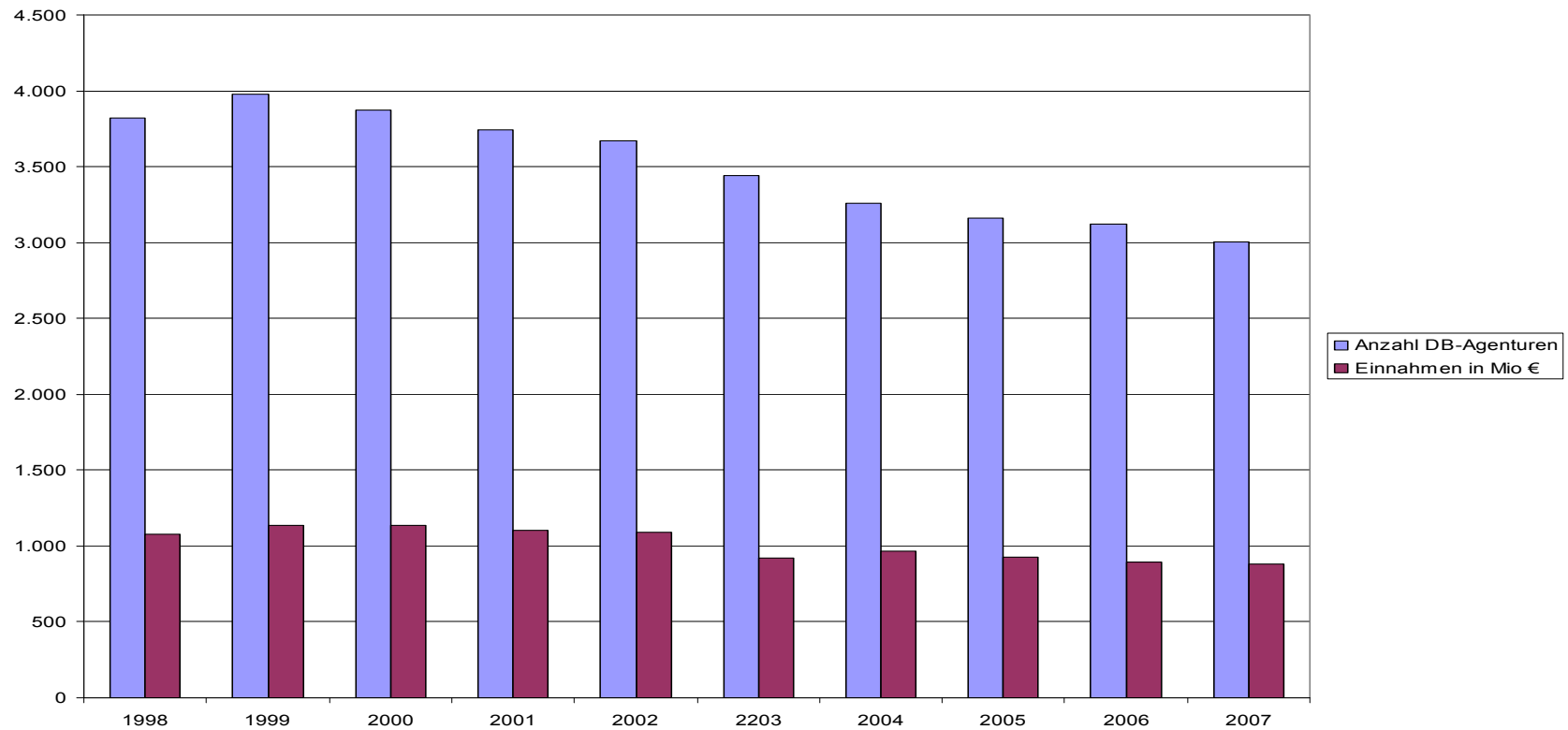
Einnahmeentwicklung

Die Einnahmen der DB-Agenturen gingen seit 1998 um 18,3 % zurück.



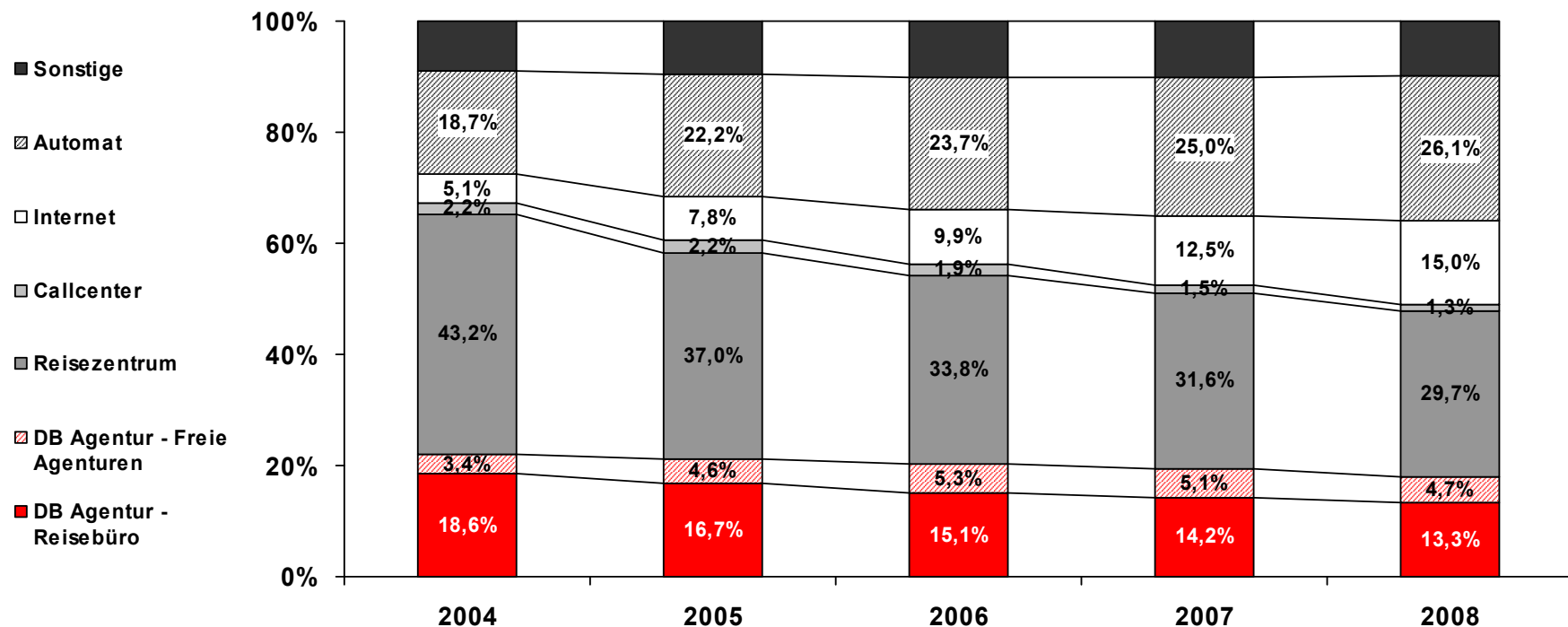
Entwicklungen der Agenturen und deren Einnahmen

Der Rückgang der Agenturanzahl war stärker als der Einnahmeverlust.



Entwicklung der Vertriebswege

Der Anteil des DB-Vertriebs über die Reisebüros wurde in den vergangenen Jahren kontinuierlich geringer.
Internet und Automaten legten dagegen zu Lasten des personenbedienten Vertriebs zu.



Quelle: Deutsche Bahn

Auskömmlichkeit der Vergütung

Bietet die Deutsche Bahn ihren Agenturen die Voraussetzungen für wirtschaftliches Arbeiten?

2008 werden im Durchschnitt etwa 6,3 % Provision gewährt. Damit ist Auskömmlichkeit bei Weitem nicht gewährleistet.

Das Vergütungsmodell 2009 sieht eine weitere Kürzung der Provision vor.

Trotz der bisher erzielten höheren Effektivität reicht die Vergütung nicht aus, da der von der DB ermittelten Zeitersparnis höhere Kosten der Agenturen entgegenstehen (u.a. Betriebs- und Personalkostensteigerungen).

Aufgaben des DRV-Ausschusses Bahn

Als Interessenvertreter der DB-Agenturen erfolgt der Dialog mit der Deutschen Bahn

- zur Sicherung einer auskömmlichen Vergütung
- zur Gewährleistung effektiver Arbeitsabläufe
- zur Wahrung der allgemeinen Rechte der DB-Agenturen
(u.a. Gleichbehandlung der Vertriebswege)

Erfolge des DRV-Ausschusses Bahn

Verbesserung der Konditionen der DB-Agenturen durch:

- Intervention vor Einführung neuer Vergütungsmodelle
- Anregungen für diverse Neuerungen (z.B. Bahn Online Partnerprogramm-BOP, neue Drucktechnik) und Unterstützung der Einführung durch Mitarbeit in Expertengruppen
- Initiierung von Spezialangeboten für DB-Agenturen (Reisebüro-Spezial, Verkaufswettbewerbe)
- ständige Kontrolle zum Schutz der Belange des Handelsvertreters (u.a. Gleichbehandlung der Vertriebswege)

Zukunft der DB-Agenturen

Fragen an die Deutsche Bahn:

Wie stellt sich die Deutsche Bahn die Rolle der DB-Agenturen in der Zukunft vor?

Welche Möglichkeiten sieht die Deutsche Bahn, die Effizienz des Ticketverkaufs in den DB-Agenturen zu verbessern?