

Mit dem Auto auf die Reise

Autozug der DB bringt Urlauber und ihre Fahrzeuge sicher ans Ziel



Gerade bei wertvollen Fahrzeugen lohnt sich das Verladen auf den Zug

Alle Foto S. 4-7: DB AutoZug

Steigende Spritpreise, ein immer höheres Verkehrsaufkommen auf den Straßen, drängelnde Lkw auf den Autobahnen: Die Fahrt in den Urlaub kann zum Albtraum werden. Seit 80 Jahren allerdings hat die Bahn etwas dagegen zu setzen: 1930 startete der erste Autozug der Geschichte. Auch wenn das Angebot zwischenzeitlich dichter war, die Zahl der Verbindungen heute um unwirtschaftliche Linien reduziert wurde: DB AutoZug ist nach wie vor eine feste Größe im deutschen Reisemarkt. Von Dortmund werden die Geschicke der DB-Fernverkehrstochter gelenkt, von Zürich und Dortmund die der Schwestergesellschaft City Night Line CNL AG.

Die DB AutoZug GmbH steuert das Autozug- und Nachtzug-Geschäft der DB und fährt ihre Züge seit 2002 als Eisenbahn-Verkehrsunternehmen in eigener Regie. Sie ist ebenfalls für das Geschäftsfeld Sylt Shuttle und die Schifffahrt und Inselbahn Wangerooge verantwortlich.

Die DB AutoZug GmbH steuert das Geschäft von Autozug, City Night Line und ist für den Euro-Night und D-Nacht wirtschaftlich

verantwortlich. Die City Night Line CNL AG ist die Schweizer Schwestergesellschaft mit Sitz in Zürich. Zum Fahrplanwechsel im Dezember 2007 wurden die Nachtzugangebote der Bahn in der Marke City Night Line zusammengeführt. Die Steuerung erfolgt gemeinschaftlich durch die DB AutoZug GmbH, Dortmund und City Night Line CNL AG, Zürich, beides 100-prozentige Töchter der DB Fernverkehr. Das Angebot umfasst 17 Verbindungen in 8

Länder: Dänemark, Deutschland, Frankreich, Italien, Niederlande, Österreich, Schweiz und Tschechien.

Sylt Shuttle

Für Sylt-Urlauber unverzichtbar: in nur 35 Minuten auf die Insel Sylt – schnell und bequem mit dem Sylt Shuttle. Alle 60 bis 90 Minuten fahren die modernen roten Züge ab. Zu Spitzenzeiten in der Hauptsaison bringt der Sylt-Shuttle Die Autofahrer sogar alle 30 Minuten auf die Insel. Mit mehr als 13.000 Fahrten im Jahr und bis zu 60 Abfahrten am Tag bietet der Sylt-Shuttle rundum einen schnellen, bequemen und sicheren Weg nach Sylt.

DB EuropeanRailservice

Die DB EuropeanRailservice (DB ERS) ist eine 100-prozentige Tochter der DB AutoZug GmbH und

verkörpert die Kernkompetenzen Betreuung, Bewirtschaftung und betriebliche Borddienste im Nachtreiseverkehr und beim Autozug und ist verantwortlich für die Aus- und Weiterbildung des Servicepersonals sowie für die Entwicklung und Umsetzung neuer Konzepte im Service- und Gastronomiebereich an Bord der Züge. Für die DB AutoZug GmbH, einschließlich DB ERS und City Night Line CNL AG sind rund 1000 Mitarbeiter tätig.

Autozug

Die Deutsche Bahn wird für ihre Kunden das komfortable und umweltschonende System der Autobeförderung im Zug langfristig erhalten und konzentriert sich daher auf ertragreiche Strecken und Standorte. 2007 beförderte das Unternehmen 183.000 Fahrzeuge und erwirtschaftete dabei einen Umsatz von 60 Millionen Euro. Bei Urlaubsreisen mit dem Pkw lag der Marktanteil des Unternehmens bei weniger als 0,5 Prozent. 70 Prozent des Unternehmens sind Stammkunden, ein Viertel Rentner. Die Kunden verfügen über ein überdurchschnittliches Einkommen.

Zur Saison 2008 hat Autozug das Angebot an die Nachfrage angepasst: In Deutschland wurde das Terminal in Troisdorf geschlossen. Bei den Reisezielen sind Livorno (Italien), Fréjus (Frankreich) und Rijeka (Kroatien) entfallen. Der Zug von Hamburg und Hildesheim nach Salzburg wurde nach München verkürzt. In Alessandria (Italien)



An den Terminals werden die Fahrzeuge auf ihre Züge verteilt



Die Karte zeigt die neuen Sommerdestinationen

Quelle: DB AutoZug

ging dagegen ein neues Terminal in Betrieb. Zur Sommersaison, ab April 2009, wird in Triest im nordöstlichen Italien ein weiteres Terminal in Betrieb genommen. Die Hafenstadt an der Adria wird vier Mal in der Woche von Hamburg, Berlin, Frankfurt/Neu Isenburg und Düsseldorf angefahren.

Das Preissystem

Die Buchung zu einem günstigen Preis ist für die Kunden denkbar einfach: ein Preisfinder bietet eine schnelle Übersicht der Preise der Wunschverbindung. Nach Eingabe der Strecke, Komfortklasse und dem Reisetag bekommt der Kunde den Preis inklusive Alternativen angezeigt. Auf innerdeutschen Strecken das Autozug-Spezial schon ab 99 Euro, auf internationalen Strecken ab 149 Euro pro Strecke buchbar. Innerhalb Deutschlands und bei Fahrten nach Frankreich, Italien und Österreich erhalten Spontanbucher LastMinute-Rabatte von 15 Prozent

auf den Normalpreis ab sechs Tage vor dem jeweiligen Abfahrtsdatum. Inhaber einer BahnCard sparen beim Autozug. Bei jeder Buchung können die Kunden mit ihrer BahnCard bahn.bonus-Punkte sammeln und erhalten einen zusätzlichen Rabatt von 9 Euro pro Strecke.

Die Online-Warteliste

Für den Fall, dass der Wunschtermin nicht mehr verfügbar ist, bietet der Autozug der DB einen besonderen Service: die Online-Warteliste.

Falls der gewünschte Reisetag



Immer mehr Motorradfahrer nutzen die zahlreichen Verbindungen



Hinter den Abteilwagen reihen sich die Autotransporter in den Zug ein; am Ziel sind die Urlauber mit ihren eigenen Fahrzeugen mobil

min nicht verfügbar ist, wird ein rotes Ausrufungszeichen neben einem bereits ausgebuchten Termin oder einer ausgebuchten Komfortkategorie angezeigt. Kunden tragen sich einfach für diesen Termin online in die Warteliste ein. Sobald ein Platz auf dem Autozug frei

wird, erhalten sie von den Mitarbeitern des Autozug Servicetelefon einen Anruf, um eine verbindliche Buchung zu tätigen.

Chancen am Markt

Die ökonomischen und psychologischen Rahmenbedingungen sprechen für eine zukünftig verbesserte Wettbewerbssituation vom Autozug der DB. Aufgrund der drastisch

gestiegenen Kraftstoffpreise werden auch die einkommensstarken Haushalte stärker darüber nachdenken, welche Alternative für eine Anreise zum Urlaubsort generell in Frage kommt. 80 Prozent der Potentialkunden geben an, dass sie Urlaubsreisen mit dem Pkw aufgrund großer Staus als Stress belastend ansehen. Selbst Automobil-Clubs, sonst eher Vertreter der Straßenlobby haben mittlerweile erkannt, dass auf den europäischen Autobahnen bald nichts mehr geht. So wirbt der ADAC Neumitglieder mit einem Autozug-Gutschein im Wert von 44,50 Euro. Die vertrieblichen Aktivitäten auf Grund der Marktinformationen lassen sich auf die Aspekte Stammkundenbindung, Auslandsvertrieb und die Steuerung des Direktvertriebs fokussieren.

Bei der Stammkundenbindung gilt es, die Kundenbindung zu intensivieren und zusätzliches Fahrtenpotential zu generieren. Wachstumsraten sind auch bei den Kunden aus dem europäischen Ausland möglich, die einen Anteil von 30 Prozent des



Bequeme Abteile sorgen für den nötigen Komfort während der Fahrt

Geschäftes ausmachen. Mit originellen Marketingaktionen können neue Zielgruppen erschlossen werden, z.

B. Motorradfahrer. Immer wichtiger wird der Online-Direktvertrieb. Befragungen ergaben, dass 68 Prozent der Kunden diesen Vertriebsweg als bevorzugten Vertriebskanal sehen.

Die Netz/- Angebotsplanung wird permanent über die Nachfragemenge gesteuert und den Marktbedürfnissen angepasst. Eine klare Konzentration auf starke Korridore werden zu einer deutlichen Wirtschaftlichkeit des Systems Autozug beitragen.

Fazit

Das Geschäftsmodell vom Autozug der DB ist auf ein relativ kleines Marktsegment ausgerichtet, welches jedoch eine hohe Robustheit aufweist. Eine stabile Kundenbeziehung sorgt für eine nachhaltige Nachfrage. Da die Autozugreise nur bedingt als echter Wettbewerber des Pkw angesehen werden kann – er ist Teil einer integrierten Reisekette – bestehen aufgrund der guten Rahmenbedingungen (hohe unausgeschöpfte Nachfragepotentiale bei Stamm- und bisherigen Nichtkun-



den) und veränderten Umfeldsituationen für die Urlaubsreise mit dem Pkw/Motorrad (Staugefahr, hohe Kraftstoffpreise, etc.) gute Voraussetzungen für einen Markterfolg.

weitere Informationen:
www.bahn.de/autozug



80 Jahre Garant für Mobilität

Am 1. April 1930 fing alles an: Vor fast achtzig Jahren beförderte die Deutsche

Reichsbahn erstmals Automobile auf der Schiene. Von der Massenmotorisierung war Deutschland am Vorabend der Weltwirtschaftskrise noch weit entfernt. Doch 422.000 Automobile, die 1929 auf deutschen Straßen unterwegs waren - gegenüber gerade 60.000 zu Beginn der zwanziger Jahre - hatten eine Nachfrage geschaffen. Spezielle doppelstöckige Autotransportwagen wurden erst nach dem Zweiten Weltkrieg entwickelt. Die Reichsbahn benutzte zunächst normale Flachwagen. Mehr als 50 Bahnhöfe zwischen Stettin und Stuttgart standen für diesen Service zur Verfügung.

Durch den Wirtschaftsaufschwung verzehnfachte sich zwischen 1950 und 1960 der Pkw-Bestand von 515.000 auf über 5 Millionen. Mit dem Sommerfahrplan 1956 fuhren die ersten „Autoreisezüge“ von Hamburg nach Chiasso und von München nach Ostende.

Innerhalb von zehn Jahren stieg die Zahl der Pkw von fünf auf knapp 14 Millionen. 1960 konnten Autofahrer erstmals nach dem Krieg auch im innerdeutschen

Verkehr wieder ihren Wagen im Zug mitnehmen. Den Anfang machten die Strecken München-Hamburg-Großenbrode (damals Fährhafen nach Gedser, Dänemark) und Mülheim-Düsseldorf-Köln-München. Später kamen weitere hinzu. Zwischen 1960 und 1969 stieg die Zahl der beförderten Autos von 10.000 auf über 80.000 pro Jahr.

Und auf dem Hindenburgdamm, der Bahnverbindung nach Sylt, erforderte der Ansturm der Urlauber, die mit dem Auto auf „die Insel“ wollten, den Ausbau der eingleisigen Strecke. Anders als in allen anderen Autoreisezügen blieben die Reisenden während der 45-minütigen Überfahrt nach Sylt in ihren Fahrzeugen sitzen und genossen vor allem auf dem Oberdeck der Doppelstockwagen atemberaubende Ausichten auf Nordsee und Wattenmeer.

In den 70er Jahren boomte das Geschäft, im Jahre 1973 hatte der Fahrplan 49 innerdeut-



sche und 114 internationale Verbindungen. In den 80er Jahren wurden bereits über 2 Millionen Fahrzeuge auf dem Autoreisezug befördert. Aber das Wachstum bleibt aus und die kühnen DB-Prognosen aus den frühen siebziger Jahren, die für 1980 über 1,3 Millionen beförderte Fahrzeuge vorhergesagt hatten, bleiben Utopie. Statt des erhofften Booms stagnierte das Geschäft.

In der 90er wurden nach der Wiedervereinigung Schienenwege zwischen Ost und West mit großen Investitionen ausgebaut und die veraltete Infrastruktur der ehemaligen Reichsbahn modernisiert. Berlin wurde an das ICE-Netz angeschlossen. Bundesbahn und Reichsbahn fusionierten mit der Einleitung der Bahnreform zur Deutschen Bahn AG. Die guten alten Autoreisezüge bleiben noch ein wenig länger im Windschatten der neuen Entwicklung. Für sie schlägt erst 1996 das letzte Stündchen – zeitgleich mit der Premiere der DB AutoZug GmbH.

Die Deutsche Bahn AG gründet ihr Tochterunternehmen „DB AutoZug GmbH“, um allen Angeboten für die „gleichzeitige Beförderung von Menschen und deren Fahrzeugen im Zug“ neue unternehmerische

Impulse zu geben. Die Ziele sind anspruchsvoll: Die DB AutoZug GmbH mit Sitz in Dortmund soll das Angebot, das zuvor ein Schattensein fristete, sanieren, völlig modernisieren und ein eigenes Markenprofil aufbauen.

Dabei war ein großes Bündel von Aufgaben zu bewältigen. Qualitäts- und Servicemängel hatten vor der Umstrukturierung zu Beschwerden und Abwanderung von Kunden geführt. Darum ließ die DB AutoZug GmbH alle Liege- und Schlafwagen renovieren und modernisieren. Heute sorgen Klimaanlage, neues Interieur, Duschgelegenheiten und lauf- ruhige Fahrgestelle mit leisen Bremsen für bessere Reisequalität. Auch die DB Autozug Terminals wurden renoviert und neu organisiert, um die Verladung zu vereinfachen.

