

Gut für Fahrgäste? Bahnprivatisierung und Wettbewerb

1. Einleitung: Wer will eine Privatisierung der Bahn?

Lange Zeit schwebte über der Bahn die Ankündigung aus der Mehdorn-Zeit, Teile des Konzerns zu privatisieren. Eine der Voraussetzungen für den Börsengang war mit der Bahnreform geschaffen: die Bildung von Aktiengesellschaften unter dem Dach des bundeseigenen DB-Konzerns. Befürworter sprachen von größerer unternehmerischer Dynamik, erleichterten Investitionen und letztlich mehr und besserem Bahnverkehr in Deutschland. Kritiker verweisen auf geringe Verkaufserlöse für das „Tafelsilber“, die im Übrigen nur einmalig anfallen und vom Bundesrechnungshof aufgegriffene Negative Erfahrungen bei der Autobahnprivatisierung (Kostensteigerungen, Steuerungsprobleme, Insolvenz). Zudem werden Fragen zur Zuverlässigkeit von Investoren aufgeworfen, denen fahrgastfremde Profitinteressen wichtiger wären als ein flächendeckender Bahnbetrieb.

Bahnchef Rüdiger Grube erklärte 2015 die Börsengang-Debatte für beendet. Doch die im Herbst 2017 gelaufenen Gespräche zur Bildung einer Jamaika-Koalition weckten neue Spekulationen über die Trennung von Netz und Betrieb im ersten, Privatisierung im zweiten Schritt. Grüne und FDP signalisierten ihre Bereitschaft, die Bundesbeteiligungen an Post und Telekom zu veräußern. Wäre die Bahn das nächste Bundesvermögen für den Kapitalmarkt?

2. Privatisierung erzwingt Regulierung

Was in einem öffentlichen System an Steuerung noch implementiert ist oder sich aus einem Quasi-Monopol ergibt, muss bei mehreren Akteuren mit hohem Aufwand erst wieder öffentlich geregelt werden, auch der Ausgleich zwischen ihnen (siehe Gas, Wasser, Telefon, Post). Standards, Auflagen und Verfahren bei Verstößen müssen zum Schutze des Endkunden festgelegt und angewendet werden. Eine Regulierungsbehörde tut Not. Die öffentliche Hand bliebe mehr denn je in der Pflicht für die übergreifende Fahrgastinformation, den Fahrkartenvertrieb und die Durchgängigkeit der Tarife, die heute schon zu wünschen übrig lassen.

3. Privatisierung und Wettbewerb können national verschieden ausfallen

Die praktizierten Wettbewerbsmodelle des Fernverkehrs auf der Schiene etwa in Deutschland, England, Italien, Österreich, Schweden und Tschechien sind völlig verschieden. Auch die Versuche alternativer Unternehmen, in Deutschland Fuß zu fassen, fallen höchst unterschiedlich aus. Die Erfahrungen zuletzt mit Locomore/Flixtrain machen die Schwankungsbreite privater Fernzugangebote zwischen Hoffnung, Kapitalmangel und Insolvenz deutlich. Die meisten alternativen Unternehmen tummeln sich im Nahverkehr, wobei der Anteil öffentlicher/öffentlich beeinflusster Unternehmen (NS, SNCF, TrainItalia) unter den „Privaten“ auffallend hoch ist. Der SPNV-Wettbewerb bietet dem Fahrgast keine eigene Auswahl zwischen verschiedenen Anbietern, verbessert aber das Gesamtangebot. DB

Regio und deren Teilgesellschaften sind in über 20 Jahren Bahnreform Teil des bundeseigenen DB-Konzerns geblieben, der im Ausschreibungswettbewerb mit „Privaten“ steht und leistungsfähige Angebote entwickeln muss, um Aufträge zu halten und zurückzuholen.

Jeder Wettbewerb auf der Schiene wird in erheblichem Maße von den Trassenpreisen und der dort praktizierten Regulierung beeinflusst. Die Privatisierung der Bahn-Infrastruktur ist für PRO BAHN ausgeschlossen.

4. Wettbewerb kann Sinn machen, wenn der Fahrgast die Wahl hat

Ein Markt wie der Fernverkehr auf der Schiene kann sich fahrgastfreundlich entwickeln, wenn im Werben verschiedener Anbieter/Angebote/Ideen um Kunden die Angebote besser werden und deshalb besser beim Fahrgast ankommen. Im Verkehrsbereich erfolgt die Auswahl überwiegend intermodal, nicht horizontal. Bahnverkehr braucht Planung, der Zufall des Marktes allein reicht nicht. Für den „Deutschland-Takt“ gilt dies noch viel mehr.

5. Bahn-Fernverkehr bietet Chancen und Risiken

Das Auftreten mehrerer Anbieter auf gleichen Relationen kann für den Kunden/Fahrgast eine Ausweitung und Verbesserung der Angebote schaffen. Dabei ist es aber nicht erforderlich, dass alle Anbieter gleichermaßen privat sind. DB Fernverkehr als bundeseigene AG ist flexibel genug, um auf einem sich wandelnden Markt zu bestehen.

Um Rosinenpickereien zu verhindern, die Angebote in der Fläche gefährden, ist die Ausschreibung von Linienbündeln vorzusehen, in denen starke und schwache Strecken zusammengefasst werden.

6. Zusammenfassung

Im SPNV sind sowohl die bundeseigene DB als auch Wettbewerber aktiv. Über die zwanzigjährige Entwicklung fällt unsere Beurteilung aus Fahrgastsicht durchaus positiv aus. Dagegen ist der Wettbewerbsanteil des Fernverkehrs auf deutschen Schienen verschwindend gering. DB-Fernverkehr ist als Quasi-Monopolist unterwegs, könnte in der Zukunft aber weiter Fahrgäste an alternative Anbieter wie Flixbus und Fernbusse verlieren. Neue Anbieter sind willkommen, allerdings unter klaren regulatorischen Vorgaben für Takte, Tarife und Bedienungsangebot. Die Betriebsgesellschaften DB-Fernverkehr und DB-Regio sollten dabei nicht aus der öffentlichen Hand gegeben werden.

Beschlossen im PRO BAHN-Fachausschuss Fernverkehr-Takt

Göttingen, 11. November 2017