

■ Verkehrsrecht & Tarife

## Fahrkarten bei Tchibo

aus SIGNAL 01/2007 (Februar/März 2007), Seite 25 (Artikel-Nr. 10000216)  
IGEB Fernverkehr

**Nach Lidl und McDonald's gab es seitens der Deutschen Bahn nunmehr eine Kooperation mit Tchibo. Vom 8. bis 14. Dezember 2006 wurden in den rund 1000 Tchibo-Filialen bzw. per Internet insgesamt 500 000 Fahrkartenhefte mit insgesamt einer Million Tickets angeboten. Die Konditionen sind gegenüber dem McDonald's-Ticket vom Frühjahr 2006 verbessert worden. Aber BahnCard-Rabatte fehlen.**

Bei Tchibo wurden jeweils zwei Fahrkarten in einem Heft zum Gesamtpreis von 58 Euro verkauft. Diese gelten vom 2. Januar bis zum 4. April 2007 einen Tag lang bis 10 Uhr des Folgetages und können für beliebig weite Fahrten innerhalb Deutschlands - außer freitags - in der 2. Klasse genutzt werden. Kinder bzw. Jugendliche bis einschließlich 17 Jahre fahren in Begleitung mindestens eines Eltern- oder Großelternteils kostenlos mit. Für einen Aufpreis von 20 Euro kann auch die 1. Klasse genutzt werden. Auf den Blanko-Tickets müssen lediglich der Name, die gewünschte Strecke und das Reisedatum eingetragen werden.

Erfreulich sind die verbesserten Konditionen gegenüber dem McDonalds-Ticket. So gilt das Tchibo-Ticket z. B. auch an Sonntagen. Auch die Altersgrenze für die kostenlose Mitnahme von Kindern wurde heraufgesetzt, was gerade Familien preiswertes Reisen ermöglicht.

Bedauerlich ist die Begrenzung auf 500 000 Fahrkartenhefte, beim McDonald's-Ticket waren es noch doppelt so viele.

Die in den Aktionsangeboten vergleichsweise preisgünstigen und sehr unkompliziert zu nutzenden Fahrkarten bieten angesichts des heutigen sehr komplexen Tarifsystems zweifellos die Möglichkeit, neue Bahnkunden zu gewinnen.

Problematisch sind die günstigen Regelungen allerdings gegenüber den Stammkunden. Diese zahlen beispielsweise beim Kauf einer BahnCard 50 in der Grundversion 212 Euro für die 2. Klasse, für die 1. Klasse sind sogar 424 Euro fällig. Angesichts derartig hoher Beträge muss es bei jedem Aktionsangebot immer auch einen Preisnachlass für BahnCard-Kunden geben. Damit werden Benachteiligungen der Stammkunden vermieden oder zumindest begrenzt und es trägt dazu bei, gerade die Vielfahrer auch künftig an die Bahn zu binden.

Dieser Artikel mit allen Bildern online:

<http://signalarchiv.de/Meldungen/10000216>.

© GVE-Verlag / signalarchiv.de - alle Rechte vorbehalten



Bei Tchibo gab's Fahrkarten. (Foto: Thomas Billik)