

■ Aktuell

Aus für Mitropa - Wellness für Bahnkunden?

aus SIGNAL 03/2002 (Juni/Juli 2002), Seite 6 (Artikel-Nr: 10002216)
DBV-Bundesverband

Ein neues Gastronomiekonzept der Deutschen Bahn AG wird noch ab diesem Jahr die bisherige Mitropa-Versorgung ablösen. Die Restaurantwagen werden zu Bistros umgebaut. Vor allem mehr Service am Platz verspricht die DB, wenn gleichzeitig durch das neue Preissystem Überbelegungen der Züge reduziert werden. Einen ordentlichen Mittagstisch wird es dann nicht mehr geben.

Bereits mit Aufnahme des Shuttle-Betriebes auf der Neubaustrecke Köln - Rhein-Main am 1. August 2002 soll dort das neue Konzept starten. Zum Fahrplanwechsel am 15. Dezember 2002 werden dann alle ICE 3-Linien über diese Strecke umgerüstet sein. Danach wird es in den übrigen Fernzügen eingeführt. Gleichzeitig sollen mehr 2. Klasse-Plätze eingebaut werden.

Der Umsatz in den Zügen betrug bisher 90 Millionen Euro pro Jahr. Bei 311 Millionen Euro Gesamterlösen der Mitropa wurden zuletzt rund 25 Millionen Euro Verlust gemacht. Außerdem zahlte die DB ein jährliches Service-Entgelt von 30 Millionen Euro. Eine Mitverantwortung der Bahngesellschaft an dieser Situation wurde eingeräumt, wenn der Kaffee aus war oder Speisewagen geschlossen blieben. Zudem schätzen viele Reisende das Angebot als zu teuer ein. Nun soll der Mitropa-Geschäftsbereich Service im Zug inklusive 2.700 Mitarbeitern in die Zugbegleiteraktivitäten der DB AG übergehen.

Laut Marktuntersuchungen der Deutschen Bahn AG nutzen bisher nur 15 Prozent der Reisenden das gastronomische Angebot, obwohl jeder zweite im Zug etwas ißt. Rund fünf Prozent besuchen den Restaurantwagen und nur etwa ein Prozent verzehrt dort ein Hauptgericht. Eine Barriere bei der Benutzung des Zugrestaurants sei für viele Reisende die Aufgabe des Sitzplatzes bzw. das Zurücklassen von Gepäck. Kürzere Fahrzeiten und das Arbeiten am Platz verstärken den Wunsch des Kunden nach besseren Angeboten am Sitzplatz. »Bisher musste der Kunde zu uns kommen - jetzt kommen wir zum Kunden. Der ganze Zug ist unser Restaurant", erklärte der DB-Vorstand für Marketing und Vertrieb Hans-G. Koch.

Mit kleineren und leichteren Mahlzeiten möchte die Bahngesellschaft den veränderten Ernährungsgewohnheiten nachkommen. In den Bistros soll es weiterhin Bier vom Fass und warme Mahlzeiten geben, die auch in der 1. Klasse serviert werden. Der Verkauf an den Plätzen soll von Servicewagen erfolgen, ähnlich den bisherigen Mini-Bar-Wagen.

Auf bestimmten Streckenabschnitten werden regionale und saisonale Spezialitäten wie Brezeln und Eis angeboten. Während in der 2. Klasse Dosen und Pappbecher das Bild bestimmen, soll es in der 1. Klasse Porzellan und Glas geben. Ob das geplante Plastik-Besteck was taugt oder man besser ein Reisebesteck mitbringt, wird noch abzuwarten sein. Letztlich hängt es von den servierten Gerichten ab. Preiswerter soll es nicht werden, aber Kombipreise beispielsweise für ein Croissant mit Kaffee unter drei Euro in der zweiten Klasse (1. Klasse 3,10 Euro) sollen die Nachfrage steigern.

Zu wünschen ist, dass das Angebot aus Salaten, Nudeln, Croissants nicht zu sehr in die langweilige Nüchternheit von Asketen verfällt. Der Schnitt der vorgestellten neuen Dienstkleidungen des Zugservice lassen die alte Lufthansa erahnen - nämlich die der biederer fünfziger Jahre.

Dieser Artikel mit allen Bildern online:

<http://signalarchiv.de/Meldungen/10002216>.

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