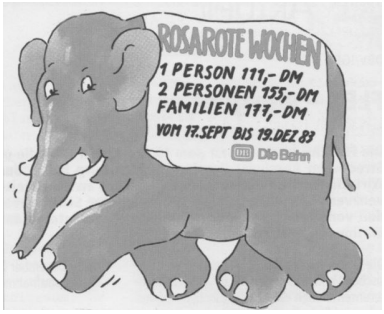
SIGNALARCHIV.DE

Aktuell

Rosarot ist wieder da

aus SIGNAL 05/2003 (November/Dezember 2003), Seite 6 (Artikel-Nr: 10002548)
DBV Bundesverband



Vor 20 Jahren sorgte die Deutsche Bundesbahn mit einem rosaroten Rüsseltier für Furore. Es warb für bis dahin nicht gekannte Sonderangebote für Bahnfahrten zu billigen Pauschalpreisen in verkehrsschwachen Zeiten und mutierte als Maskottchen zu einem Sympathieträger für die Bahn. Erfinder dieser als Rosarote Wochen bekannt gewordenen Marketingstrategie war Hemjö Klein, bis 1982 bei der Lufthansa tätig.

Am 15. August 1982 wurde Klein als Ressortleiter Absatz vom damaligen Bahnchef Rainer Maria Gohlke in den Bundesbahn-Vorstand berufen. Hemjö Kleins Marketingideen brachten frischen Wind in den Behördenapparat Bundesbahn und diesem gute Presse und vor allem viele, neue Fahrgäste.

Von 1983 bis 1988 gab's die »Rosaroten Wochen" als jährlich wiederkehrende Sonderangebote. Als Sparpreise und Supersparpreise fand dieses Pauschalangebot Eingang in den Normaltarif der Bahn. Bis zur Tarifreform am 15. Dezember 2002 hatte es Bestand.

Zu den weiteren Erfolgen Kleins gehörte auch die Bahncard, die Reisepreise für jeden halbierten. Vorher gab es dieses Angebot nur für Junioren und Senioren Auch der ICE und der Interregio waren Kreationen, die von Klein erheblich gefördert wurden. Ebenso die ersten Citybahnen in Hamburg und Hannover. Unvergessen die Aufkleber »Güter gehören auf die Bahn", mit denen Autofahrer Brummilenker schön ärgern konnten. Hemjö Klein ist fast die personifizierte Neue Bahn, die in den 1980er Jahren mit viel Schwung und Elan alte Fesseln abstreifte. Klein hatte dabei immer ein Gespür für Wünsche der Kunden und das am Markt Machbare. Erst mit der Gründung der DB AG 1994 verließ Klein die Bahn, um Vertriebsleiter beim Versandriesen Neckermann zu werden.

Nach den Marketingflopps der Bahn in den vergangenen Jahren (neues Tarifsystem mit Abschaffung der Bahncard 50, Wegfall von Touristikzügen und Interregios) mit endsprechend negativen Reaktionen in der Öffentlichkeit erinnerte sich Bahnchef Hartmut Mehdorn wohl an Zeiten, als die Bahn positiv in aller Munde war.

Er holte jetzt wieder den damals für gelungene Marketingideen verantwortlichen Hemjö Klein als Berater des DB-Vorstandes zur Bahn zurück.

Dieser Artikel mit allen Bildern online:
http://signalarchiv.de/Meldungen/10002548.

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