



Wettbewerbsbericht 2013



Wettbewerb auf der Schiene – Wettbewerb mit der Schiene

Konkurrenz Zug um Zug, Konkurrenz aber auch zwischen Auto, Bahn und Flugzeug: Das macht Wettbewerb im Schienenpersonenfernverkehr schwierig. Der Journalist Eberhard Krummheuer sucht in seinem Report nach Hintergründen.

Report

**Eberhard
Krummheuer**

Langjähriger
Bahnexperte beim
Handelsblatt

Spitzentempo 300, nobles Design italienischer Provenienz, ambitionierter Service mit edlen Snacks und reichlich Prosecco: In Italien findet der Wettbewerb auf Schienen seit Frühjahr 2012 in der obersten Liga statt. Der „Italo“ – Eigenwerbung: „Europas modernster Zug“ – tritt gegen den rund zwei Jahrzehnte alten „Frecciarossa“ der Staatsbahn an. Freche Kundenansprache: „Endlich können Sie wählen.“ 25 nagelneue Hochgeschwindigkeitszüge vom Typ AGV („Automotrice à Grande Vitesse“) aus der französischen TGV-Schmiede Alstom bedienen die Metropolen des Stiefellandes schnell, komfortabel und in dichter Fahrplanfolge.

Die Presse hatte sofort das passende Attribut für die bordeauxroten, windschnittigen Triebzüge: „Ferrari auf Schienen“. Nicht ohne Grund. Hinter dem privaten Betreiber, der Gesellschaft NTV (Nuovo Trasporto Viaggiatori), steht als Schlüsselfigur Ferrari-Präsident Luca Cordero di Montezemolo. Er sammelte weitere noble Luxus-Unternehmen aus Italien um sich und gewann Bahn-Know-how durch den Einstieg der französischen Staatsbahn SNCF als NTV-Gesellschafter. Presseberichten zufolge investierte der Herausforderer von Trenitalia über eine

Milliarde Euro in sein Projekt. Schon 2014, spätestens 2015 will die Gesellschaft eigenen Angaben zufolge Gewinne einfahren.

Mit »Erster-Klasse-Qualität« zum halben Preis

Wettbewerb im Top-Segment auch in Österreich. Zwischen Wien und Salzburg tritt die „WESTbahn“ gegen die Österreichischen Bundesbahnen (ÖBB) an. Mit eleganten Doppelstockzügen des Schweizer Herstellers Stadler und Service-Attraktionen wie freiem WLAN-Internet-Zugang an Bord verspricht der Angreifer „Erster-Klasse-Qualität“ zum halben Preis der Staatsbahn – pünktlich und im Stundentakt.

Hinter dem Betreiber-Konsortium Rail Holding steht Peter Haselsteiner, Chef des Baukonzerns Strabag, der als einer der reichsten Österreicher gilt. Auch er holte sich Sachverstand ins Unternehmen – einen früheren ÖBB-Vorstand und als Aufsichtsratschef eine fast schon legendäre europäische Bahngröße: den langjährigen Vorstandsvorsitzenden der Schweizerischen Bundesbahnen (SBB), Benedikt Weibel. Wie in Italien ist die SNCF auch in Österreich mit einer Minderheitsbeteiligung mit von der

Die Newcomer NTV (links) und WESTbahn (rechts) wollen in Italien und Österreich die Staatsbahnen mit hoher Servicequalität herausfordern.



Partie. Rund 130 Millionen Euro investierte die Rail Holding in ihr Angebot. Auch in Tschechien gibt es Konkurrenz für die Staatsbahn auf gehobenem Intercity-Niveau. Zwei Wettbewerber – RailJet und Leo-Express – bieten auf jeweils einer Strecke mit hochwertigem, komfortablem, zum Teil neuem Wagenmaterial und mit Taktfahrplänen Alternativen zum bisherigen Angebot.

Dass Unternehmerpersönlichkeiten wie in Italien oder Österreich mit viel Geld für attraktive Züge und Fahrpläne in den Markt des deutschen Schienenpersonenfernverkehrs (SPFV) einsteigen, ist für Berthold Huber, Vorstandsvorsitzender der DB Fernverkehr, „auf Rosinenstrecken prinzipiell denkbar“ (siehe Interview Seite 16). Doch von modernen Fahrzeugen, dichten Zugfolgen oder gar einem Hauch Luxus ist der Wettbewerb in Deutschland derzeit weit entfernt. Seit vergangenem Jahr fährt der Hamburg-Köln-Express (HKX) zwischen Elbe und Rhein. Das Geschäftsmodell orientiert sich nicht an Spitzenangeboten wie in Italien oder Österreich, sondern am Konzept der Billigflieger: Wer früh bucht, zahlt wenig – und ist mit wenig Service zufrieden sowie mit wenigen Zügen. Höchstens dreimal am Tag pendeln die Züge bisher zwischen den Metropolen und kommen in etwa auf Fahrzeiten des Intercity-Verkehrs – wobei Bremen und Dortmund zugunsten einer kürzeren Strecke nicht bedient werden.

Harsche Kritik musste sich HKX von seinen Fahrgästen hinsichtlich der Zugqualität gefallen lassen: Mit aufgearbeiteten Waggons des in den 60-er und 70-er Jahren des vorigen Jahrhunderts fahrenden Trans-Europa-Express „Rheingold“ ging das Unternehmen, hinter dem unter anderen eine US-amerikanische Güterbahn als Investor steht, an den Start – und musste den Fuhrpark immer wieder in die Werkstatt schicken. Stattdessen wurden Ersatzgarnituren mit engen, nur für Kurzstrecken konzi-

pierten Fahrzeugen des Nahverkehrs eingesetzt – manchmal nur zwei Waggons, die dann bis zum letzten Stehplatz gefüllt waren. Kurzfristige Wagenausfälle sorgten immer wieder dafür, dass Kunden vergeblich ihre reservierten Sitzplätze suchten.

„Echte Konkurrenz“, befand die Wirtschaftszeitung „Handelsblatt“ in einer Test-Reportage, „sieht anders aus“. Nach dem ersten Betriebs-Halb-jahr zog HKX Ende Januar 2013 gleichwohl eine positive Bilanz. Das erste Umsatzziel sei erreicht, 150.000 Fahrgäste seien mit 700 Zügen zwischen Hamburg und Köln gependelt, sagte Geschäftsführerin Eva Kreienkamp in einem Zeitungsinterview.

Harter Wettbewerb zwischen Auto, Bahn und Jet

Die Start-Probleme des Newcomers auf deutschen Schienen sind symptomatisch für die Marktsituation im SPFV: Anders als der Nahverkehr ist Fernverkehr ein „eigenwirtschaftliches“ Geschäft, für das der Staat keine Milliarden-Zuschüsse zahlt. Das schafft „natürliche Markteintrittsbarrieren“, erklärt der Gießener Verkehrswissenschaftler Professor Gerd Aberle, der den Weg der Bahnreform seit den Anfängen vor mehr als 20 Jahren kritisch begleitet hat (siehe Interview Seite 15).

Der deutsche Fernverkehrsmarkt besteht nicht nur aus Zugangeboten verschiedener Betreiber. Es gibt eben nicht nur denkbaren „intramodalen“ Wettbewerb zwischen Bahnen. Viel entscheidender ist der allgegenwärtige „intermodale“ Markt – die tagtägliche Konkurrenz zwischen den Verkehrsträgern Auto, Bahn und Flugzeug. Eine grundlegende Untersuchung der European School of Management and Technology (ESMT) stellte schon vor vier Jahren fest, „dass zwischen Billigfluggesellschaften und Bahnunternehmen effektiver Wettbewerb herrscht“. Auf Stre-

[1 Mrd. €]

Investitionsvolumen des Herausforderers von Trenitalia

Ferrari-Präsident Montezemolo und seine Mitgesellschafter haben mit NTV ein ehrgeiziges Projekt in Angriff genommen.



Bei Fachleuten herrscht Skepsis, ob Wettbewerb im Fernverkehr auf der Schiene volkswirtschaftlich Sinn macht. Das Unternehmen HKX zieht nach den ersten sechs Betriebsmonaten dennoch eine positive Bilanz (rechts: Blick in ein Abteil eines HKX-Zugs).

Hohe Kosten
Fahrzeugfinanzierung, Marketing und Vertrieb, Fixkosten im Betrieb: Die Einstiegsbarrieren für den SPFV sind hoch.

cken mit neuer Low-Cost-Luftkonkurrenz beispielsweise verliere die Bahn mindestens sieben Prozent ihrer Kunden, gerade auf längeren Strecken über 400 Kilometer. Noch höher, so die Studie, seien Preiseffekte zulasten des Bahn-Anbieters.

Damit müssen auch Newcomer auf der Schiene rechnen. Wer in den Fernverkehrsmarkt einsteigen will, muss viel Geld in die Hand nehmen. Zunächst, um Züge zu beschaffen. „Dies führt zu hohen Anfangsinvestitionen, da sich in diesem Bereich kein ‚liquider‘ sekundärer Markt etwa für Fahrzeugleasing herausbilden konnte“, beobachtet Joris D’Inca, Verkehrsexperte der Beratungsfirma Oliver Wyman. Die Chefin der spezialisierten Bahn-Beratung SCI-Verkehr, Maria Leenen, ergänzt: „Das Risiko des hohen Investments übernehmen die Banken nicht mehr – schon gar nicht nach der Finanzkrise.“

Und selbst wenn der Kauf neuer Fahrzeuge finanziell gestemmt werden kann, ist der Erfolg noch lange nicht gesichert. Hohe Marketing- und Vertriebskosten, aber auch die hohen Fixkosten im Betrieb sind nach Ansicht des langjährigen, international renommierten Verkehrsexperten Dieter Schneiderbauer, Geschäftsführer der Münchner ECM Ventures GmbH, gewaltige Einstiegsbarrieren. Wer dann noch an der Preisschraube drehen müsse, um in den Markt zu kommen, brauche eine relativ hohe Auslastung von 60 bis 70 Prozent, „um einen nachhaltig profitablen Geschäftsbetrieb zu gewährleisten“, so Schneiderbauer – gegen Schienen-Konkurrenz, aber auch gegen Auto und Flieger.

Rosinen-Strecken locken mit vielen Passagieren

Nach den bisherigen europäischen Erfahrungen mit dem Wettbewerb im SPFV zeichnet sich ab: Die besten Chancen für eine Konkurrenz von Fernzügen bieten sich auf wenigen „Rosinen-Strecken“ mit

einem ausgeprägten Punkt-zu-Punkt-Verkehrsaufkommen und einem hohen Anteil an Geschäftsreisenden. Die Relation Rom-Mailand, dank der italienischen Hochgeschwindigkeitsstrecke nur eine Distanz von drei Stunden Reisezeit, bietet deshalb dem NTV-Superzug Italo „ideale Rahmenbedingungen“, sagt Experte D’Inca. Die Staatsbahn Trenitalia könne ihren Vorteil eines breiteren Netz- und Flächenangebotes nicht ausspielen. NTV erreiche einen Marktanteil von 20 Prozent und habe mit seinen Zügen – wie die WESTbahn in Österreich auch – zur Erschließung neuer Kundenpotenziale geführt, also mehr Verkehr auf die Schiene geholt. Neben deutlichen Preisreduktionen von 15 bis 30 Prozent gehörten auch gestiegene Service-Levels und Fahrzeitverkürzungen zu den Effekten des Wettbewerbs.

Ob dies am Ende reicht, wird gleichwohl von Branchenbeobachtern durchaus skeptisch gesehen. Generell – darin sind sich die Fachleute einig – brauchen die Newcomer einen langen Atem über mehrere Jahre hinweg, um den Break Even und damit den wirtschaftlichen Erfolg zu erreichen. Hans W. Friederiszick von der Berliner Management-Schule ESMT etwa fragt sich, ob der italienische Wettbewerber nicht zu sehr auf die Luxuskarte gesetzt hat: „Zu hochwertige Züge, zu hohe Kapitalkosten – ob der bestehende Markt das am Ende überhaupt hergibt und refinanziert?“

Auf vielen europäischen Strecken, die für einen Wettbewerb im SPFV interessant erscheinen, gibt es zudem eine weitere Eintrittsbarriere: „Es gibt das Problem, dass nicht genügend Trassen verfügbar sind, da unsere Schieneninfrastruktur auf den stark nachgefragten Strecken und an wichtigen Knotenpunkten an ihre Grenzen stößt“, beschreibt Beraterin Leenen. Umso schwieriger werde es für einen Newcomer, ein überzeugendes Konkurrenz-Angebot auf den bestehenden Verkehr aufzusetzen. „Eine He-



rausforderung für Regulator und Infrastrukturnetzbetreiber“, meint Experte D’Inca und erwartet, dass die entsprechenden Mechanismen sich erst nach einer gewissen „Hochlaufphase“ einspielen werden.

Minutiöse Trassenvergabe

Die die Bundesregierung beratende Monopol-Kommission hat in einem Sondergutachten die Befürchtung formuliert: „Insbesondere die mangelnde Transparenz und Sicherheit im Hinblick auf freie Infrastrukturkapazität stellt ein Hindernis für den Eintritt in den SPFV-Markt dar.“ Wenn Trassenverfügbarkeit nicht langfristig garantiert werden könne, sei die Finanzierung eines Newcomer-Angebots „ein erhebliches Problem für den Marktzutritt“.

Den in der Öffentlichkeit deshalb immer wieder erhobenen Diskriminierungsvorwurf will Wettbewerbsexperte Friederiszick nicht mit unterschreiben: „Das ist eine faktische Problematik der Netzwerkstruktur, es handelt sich zumindest teilweise um ein echtes Koordinierungsproblem, das mit Diskriminierung nichts zu tun hat.“ Die Bundesnetzagentur sei eine unabhängige, kompetente Regulierungsbehörde, die in die komplexen Aufgaben des Schienenverkehrs hineinwachsen werde. Davon ist auch Schneiderbauer überzeugt: „Bei der Trassenvergabe ist insbesondere in Deutschland ein fairer Zugang für alle Anbieter gewährleistet.“

So hat es in dem aufwendigen Zusammenspiel zwischen Bahnunternehmen, dem Infrastruktur-Anbieter DB Netz und der Bundesnetzagentur seit Jahren bei der Trassenvergabe keine Diskriminierungsvorwürfe und -verfahren gegeben. In einem gesetzlich vorgegebenen Prozedere mit festen Fristen und Terminen, das sich von Anfang April bis in den Herbst hinzieht, müssen alle Bahnen völlig gleichbehandelt werden. Anders als in der Luftfahrt, wo

Interview: „Bahnreform übertrifft Erwartungen“

Herr Prof. Aberle, fast 20 Jahre danach: Die Bahnreform von 1993/94 sollte dem Wettbewerb auf Schienen den Weg öffnen. Halten Sie dieses Ziel für erreicht?
Die Bahnreform hat viele Erwartungen mehr als übertroffen. Auch im Wettbewerb. Ganz besonders im Schienenpersonennahverkehr ist ein attraktiver Markt entstanden. Im Güterverkehr hat die Liberalisierung ebenfalls sehr viel bewirkt.

Warum aber gibt es so wenig Wettbewerb im Schienenpersonennahverkehr?
In der Tat könnte ich mir mehr Wettbewerb als Stimulanz für noch bessere Angebote vorstellen. Aber: Die hohen natürlichen Markteintrittsbarrieren machen das extrem schwer. Allein die Fahrzeugbeschaffung erfordert außerordentlich hohe Investitionen. Hinzu kommt: Auf interessanten Verbindungen gibt es kaum noch Trassen für attraktive Verkehre. Und der intermodale Wettbewerb

mit Flugzeug, Auto und künftig Fernbus hält Rendite-Aussichten klein.

Zusätzlich machen die Incumbents, die Staatsbahnen als Platzhirsche also, den Newcomern mit undurchsichtigen Regulierungsvorfahren das Leben schon vor der ersten Zugfahrt schwer?
Solche kritischen Einwände übersehen, dass die Fahrplangestaltung und damit die Trassenvergabe ein sehr mühseliger Abstimmungsprozess mit hohem Organisationsbedarf ist. Da bestehen sicherlich noch Optimierungsmöglichkeiten, doch Diskriminierungsvorwürfe halte ich für nicht hinreichend begründbar.

In Italien und Österreich gibt es mit Italo und WESTbahn hochwertige Konkurrenz zu den Staatsbahnen.
Ja, da steckt aber auch erheblich mehr Geld dahinter, als Investoren bislang im deutschen SPFV-Markt einzusetzen bereit waren. Sehen muss man auch: Die Newcomer in



Prof. Gerd Aberle gehört zu den „Vätern“ der Bahnreform. Er war Mitglied der „Regierungskommission Bahn“ und ist bis heute ein kritischer Wegbegleiter der Deutschen Bahn AG.

Italien und Österreich treten gegen Incumbents an, die in puncto Effizienz und Qualität nicht gerade zu den Top-Carriern des Bahnmarktes gehören.

Zurück nach Deutschland: Wie werden Fernbusse den Markt beeinflussen?

Der intramodale Wettbewerb auf der Schiene wird noch schwieriger, wenn sich der intermodale Wettbewerb verschärft, vor allem dann, wenn neue Anbieter im SPFV wie bisher auf das Billig-Segment abzielen. Das kann der Bus mit seinen weit günstigeren Kostenstrukturen besser.



Platzhirsche bei der Slot-Vergabe „Großvaterrechte“ einfordern können, haben die Incumbents auf der Schiene in dem streng kontrollierten Reglement keine Vorfahrt vor Newcomern. Die Komplexität des Verfahrens zeigt sich daran, dass nicht nur der auf den Hauptstrecken knappe Platz gerecht vergeben werden muss. Es gilt, die unterschiedlichsten Parameter unter einen Hut zu bringen. Das beginnt

bei Lauf- und Leistungsfähigkeit des für den fahrplanmäßigen Einsatz vorgesehenen Rollmaterials und führt über Strecken-Charakteristika wie etwa Kurvenradien oder Steigungen und etwa den Vorrang von internationalen Zugläufen oder Takt-Verkehren bis hin zu Verkehrseinschränkungen durch die rund 30.000 bis 40.000 jährlichen Baumaßnahmen im Netz. Um ihren Kunden entgegenzukom-

Interview: „Aktiv auf Wettbewerb reagieren“

Herr Huber, im Schienenpersonenfernverkehr fällt das letzte Monopol der Bahn. Was empfinden Sie dabei?

Wettbewerb tut uns gut. Der Blick auf andere schärft die Sinne für den Markt und unsere Produkte. Er verbessert entscheidend das Kostenbewusstsein.

Was erwarten Sie?

Einen großen Wettbewerber sehe ich in unserem Markt noch nicht, aber wir verfolgen mit großem Interesse den Start der neuen Konkurrenz HKX zwischen Hamburg und Köln.

Gelassen oder aufgeregt?

Nun, wir unterschätzen keinen Wettbewerber. Und wir reagieren: Es ist kein Zufall, dass wir unsere ersten modernisierten Intercity-Züge dort einsetzen, wo auch der Konkurrent unterwegs ist. So kann der Kunde die Reisequalität direkt vergleichen.

Fernverkehr auf der Schiene ist komplex und kapitalintensiv. Wer kann zum großen Wettbewerber werden?

Abgesehen von den anderen großen Staatsbahnen zeigt das der Blick nach Österreich und Italien. Dort treten Unternehmerpersönlichkeiten an,

nehmen viel Geld für neue Züge und ein attraktives Angebot auf stark nachgefragten Rosinenstrecken in die Hand. Das ist prinzipiell auch im deutschen Markt denkbar.

Daneben gibt es noch den Wettbewerb zwischen Bahn, Flugzeug, Fernbus und dem Auto.

Natürlich, der intermodale Wettbewerb. Wenn sich Luft-hansa und Air Berlin auf inner-deutschen Strecken einen Preiskampf leisten, gehen bei uns die Fahrgastzahlen zurück. Doch wenn die Tickets teurer werden, kommen die Kunden schnell zurück zum Zug.

Wie werden Sie auf die Öffnung des Marktes für Fernbus-Linien reagieren?

Wir rechnen fest mit großen Playern aus dem In- und Ausland. Wir wollen eher sukzessiv in den Markt eintreten und mit integrierten Bus- und Zugangeboten dort auf die Straße gehen, wo sie bessere Verbindungen bietet. Beispiel ist schon der ICE-Bus Nürnberg-Prag, über weitere Linien nach diesem Muster denken wir nach.

Wird die DB Fernverkehr AG auch selbst im Ausland auf der Schiene als Wettbewerber antreten?



Berthold Huber ist Vorstandsvorsitzender der DB Fernverkehr AG.

Ja. Wir wollen die ICE-Verbindung Frankfurt-Brüssel bis Paris verlängern, sobald wir die Züge dafür haben. Es gibt weitere Projekte, für die wir ausländische Partner suchen. Zum Beispiel das tschechische Unternehmen Student Agency, das bereits Fernverkehr im Nachbarland betreibt. Mit denen werden wir künftig die Strecke Berlin-Prag bedienen.



Nach einer Gesetzesänderung können seit 2012 neben Touristenbussen (links: auf der Autobahn in Ostholstein) erstmals Fernbusse mit Linienangeboten als Wettbewerber in den deutschen Markt eintreten (rechts: Anzeigetafeln für Fernbuslinien im ZOB von München).

men, bietet DB Netz den Abschluss von Rahmenverträgen an, die Trassenvergaben prinzipiell für fünf Jahre absichern – innerhalb von gesetzlich vorgegebenen Fahrplanperioden. Der nächste Abschnitt beginnt mit dem Fahrplanwechsel Ende 2015 und dauert bis 2020. In den Rahmenverträgen werden die Zugfahrpläne auf ein Zeitfenster von zehn Minuten eingegrenzt.

Während Kritiker wie etwa die Wettbewerber der Deutschen Bahn in ihrem „Wettbewerber-Report Eisenbahn 2010/2011“ das „Schattendasein“ des Wettbewerbs im SPFV beklagen oder wie das Institut der Deutschen Wirtschaft anlässlich des Starts von HKX den „wettbewerbsfreien Fernverkehr“ als „Sorgenkind“ einschätzen, stellen sich Fachleute aus der Praxis wie der Wissenschaft angesichts der erheblichen Engpässe auf den Hauptstrecken und der fraglichen Erfolgsaussichten von Newcomern die Frage, ob ein Wettbewerb im Fernverkehr volkswirtschaftlich überhaupt sinnvoll ist.

Kritische Fragen zum intramodalen Wettbewerb

So publizierte die Universität Gießen im November 2010 ein Working Paper, in dem die Wissenschaftler Georg Götz und Benjamin Pakula den Blick auf den starken intermodalen Wettbewerb des SPFV insbesondere mit Auto und Flugzeug lenken. Schon dadurch werde die Marktmacht der großen Bahnunternehmen begrenzt. Es greife zu kurz, „von der dominanten Position des Altsassen in einem Marktsegment direkt auf das Bestehen einer wohlfahrtschädlichen marktbeherrschenden Stellung zu schließen“, so die Autoren. Im Bahnmarkt sei es unwahrscheinlich, dass Wettbewerber in „Open Access“-Regimen selbst langfristig entscheidende Marktanteile gewinnen können. Die Studie folgert: „Die Frage ist an dieser Stelle, ob Wettbewerb in

einem derartigen Fall überhaupt wünschenswert ist.“ Das wird auch in der Beraterbranche ähnlich eingeschätzt: SCI-Chefin Leenen sieht das Fernverkehrsgeschäft der großen Bahnen eher im Bereich

Engpässe im Netz führen zu einem aufwendigen Zusammenspiel zwischen Bahnen, DB Netz und Bundesnetzagentur.

dessen, „was Volkswirte als ‚natürliche Monopole‘ bezeichnen. Diese müssen im Blick auf die Fahrgastrechte gut überwacht werden – aber Wettbewerb auf Teufel komm raus ist im Fernverkehr der falsche Weg und schadet dem System Bahn.“

Das zeigt sich speziell im internationalen Schienenfernverkehr. Mit ihren in den letzten Jahren geschlossenen Allianzen hätten sich die Bahnen gut aufgestellt, um dem wachsenden Wettbewerb durch die Airlines zu begegnen, beschreibt Experte Schneiderbauer. Diese von den Staatsbahn-Konkurrenten kritisierten Bündnisse seien kartellrechtlich nicht zu beanstanden – weil es neben dem intramodalen Wettbewerb den intermodalen gebe.

Im Wettbewerb der Verkehrsträger wird ein neuer Player die Karten aufmischen – der Fernbus. Berater D’Inca erwartet, dass „Fernbusse sehr schnell einen signifikanten Marktanteil von sechs bis sieben Prozent erreichen“ – wie in Großbritannien und Schweden. Auf einigen Strecken werde auch der SPFV preissensitive Kunden verlieren. Am Ende, das meint auch Experte Schneiderbauer, werde es wohl eher eine Abwanderung vom PKW auf den Bus als vom Zug auf die Straße geben.

Impressum

Herausgeber

Deutsche Bahn AG

Redaktion und Koordination

Deutsche Bahn AG, Wettbewerbs- und Regulierungsbeauftragter

Beratung und Schlussredaktion

Deutsche Bahn AG, Konzernpressestelle

Gestaltung und Produktion

G+J Corporate Editors GmbH, Hamburg

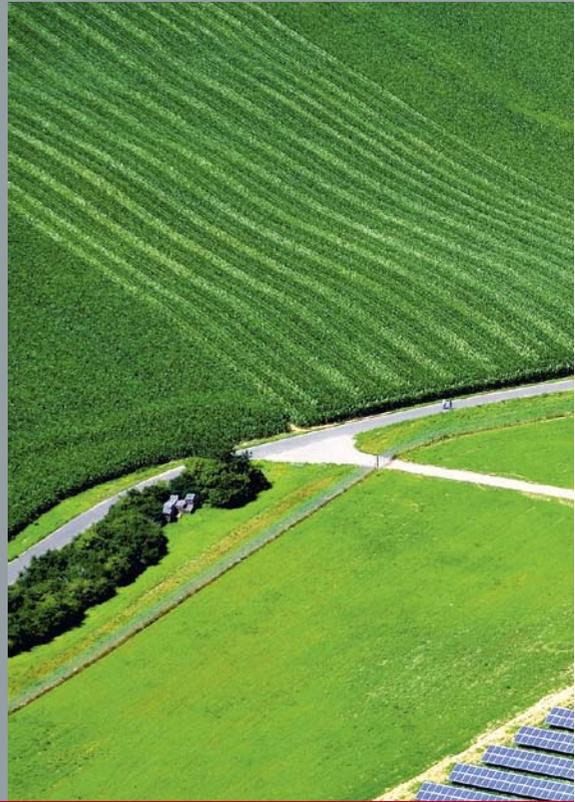
Bildnachweis

Titelfoto: Weel/ddp images; Fotos: Matthias Lüdecke/DB AG (S.3); Getty Images (S.4, 8, 32-33); Jeff O'Brien/Mauritius (S.4); Georg Wagner/DB (S.4,6); Illustrationen: Paul Trakies/Kinky Illustrators (S.4, 23, 26, 29-30, 45, 50); Imago (S.9); Imagebroker (S.9); Jochen Schmidt/DB AG (S.10); Ralf Braum/DB Ag (S.10, 20); Jürgen Hörstel/DB AG (S.11); Laruffa/Splash News (S.12); Gilles Rolle/Rea/Laif (S.12); ddp images (S.13); Christian Charisius/dpa Picture-Alliance (S.14, 15); Kurt Fuchs/Bayern Innovativ (S.15); Blickwinkel (S.16); Andreas Mann/DBAG (S.16); Robert Haas/dpa Picture-Alliance (S.17); Bartlomiej Banaszak/DBAG (S.18); Max Lautenschläger/DB AG (S.19, 22, 27); Kai Nedden/Laif (S.19); Jörg Gläscher/DB AG (S.21); Heiner Mueller-Elsner/DB AG (S.24, 25, 28); Axel Hartmann/DB AG (S.31); DB AG (S.34); Ralf Kranert/DB AG (S.36-37, 49); Christophe Grun/akg-images (S.38); willemssen/www.lokomotiv.de (S.40); Oliver Berg/dpa Picture-Alliance (S.40); Max Galli/Laif (S.41); Wolfgang Klee/DB AG (S.42); F1 online (S.43, 44, 53); Jens Schlüter/dapd (S.46, 48); Waltraud Weber/DB AG (S.47); Bildagentur-online (S.51); Burgler/Hollandse Hoogte/Laif (S.52); A1Pix (S.53)

Druck

Colordruck Leimen GmbH, Leimen





Impressum

Deutsche Bahn AG
Kommunikation
Potsdamer Platz 2
10785 Berlin

Änderungen vorbehalten
Einzelangaben ohne Gewähr
Stand: März 2013

www.deutschebahn.com