

Sonderangebote bei der DB:

3 ... 2 ... 1 ... Gute Fahrt!

Verärgerte Kunden bei Internet-Aktion

Von Matthias Oomen

➤ Die Deutsche Bahn verkaufte Anfang August Zehntausende Tickets über das Internet-Auktionshaus Ebay und erreichte über diesen modernen Absatzweg eine neue Käuferschicht. Doch die ganz eigenen Befindlichkeiten des Ebay-Publikums, grobe handwerkliche Fehler und eine Abmahnung durch die Verbraucherzentrale Berlin trübten das Bild eines eigentlich gelungenen Vorstoßes.

31 2



Sektaune am Freitag

Der Auftakt der Aktion war wohl das, was landläufig unter einem Medien-coup verstanden wird: In so gut wie allen Tageszeitungen, Radio- und Fernsehnachrichten wurde ausführlich darüber berichtet, dass die Deutsche Bahn im Zeitraum vom 1. bis zum 10. August 2008 insgesamt eine Million Tickets bei Ebay anbot. Und das ab dem sensationellen Eröffnungspreis von einem Euro, jeweils erhältlich für deutschlandweite Fahrten sowie für Reisen in die europäischen Metropolen Amsterdam, Brüssel, Kopenhagen, Luxemburg, Paris, Prag, Wien und Zürich. Für die innerdeutschen Tickets wurde jeweils noch ein Zehn-Euro-Buchungsgutschein für den nächsten Kauf über die Internetseite der Bahn oben draufgelegt.

Die Berichterstattung war an diesem Freitag ausschließlich positiv und übertraf in ihrem Umfang die vorangegangenen Sonderaktionen bei McDonald's, Lidl, C&A und Tchibo deutlich.

Kater am Montag

Eine Sektaune wäre beim zuständigen Planungsstab am Potsdamer Platz mit Sicherheit berechtigt gewesen, doch sie dürfte schon einen Tag später vergangen sein. Das hat seine Gründe in der ganz eigenen Beschaffenheit des Internet-Auktionshauses: Bei Ebay haben Verkäufer die Möglichkeit, Produkte über Auktionen wie auch zu einem Festpreis anzubieten. Während bei den Auktionen der Preis innerhalb einer bestimmten Angebotszeit über das höchste Gebot gebildet wird, erfolgt der Kauf bei Festpreisangeboten sofort und zu einem vom Verkäufer festgesetzten Preis. Sowohl Auktionen als auch feste Preise bergen für Käufer und Verkäufer unterschiedliche Risiken und Chancen.

Eine weitere Besonderheit ist ein Bewertungssystem: Um anderen Käufern einen Überblick über die Leistungen und die Zuverlässigkeit des Verkäufers zu vermitteln, haben Käufer die Möglichkeit, nach Abschluss eines Vorgangs den Verkäufer zu bewerten. Ist der Käufer mit dem Ablauf

zufrieden, kann er den Verkäufer „positiv“ bewerten. Wurden seine Erwartungen weniger bis gar nicht erfüllt, stehen ihm die Bewertungen „neutral“ und „negativ“ zur Verfügung.

Zu viele nicht-positive Bewertungen können für den Verkäufer empfindliche Sanktionen seitens des Auktionshauses nach sich ziehen. Aber auch die Käufer achten stark auf das Bewertungsprofil, das in Prozentzahlen bereits auf der Angebotsseite angezeigt wird.

Genau diese von Verkäufern gefürchteten neutralen und negativen Bewertungen trudelten bereits wenige Stunden nach dem Ablauf der ersten Auktionen im Bewertungsprofil des von der Deutschen Bahn benutzten Ebay-Kontos „db_bahn“ ein – also noch bevor die Bahn überhaupt die Gelegenheit hatte, Tickets auszuliefern.

Zeitweise sank der Anteil der positiven Bewertungen an den Gesamtbewertungen sogar auf nur 72 % ab. Beachtlich, besonders wenn man bedenkt, dass bereits bei weniger als 98 % positiver Bewertungen von Ebay Konsequenzen angedroht werden. Immerhin:

Sobst kaufen Preis: EUR 111,00
inkl. MwSt.
eBay empfiehlt: Die eBay-Kreditkarte – 25 Euro sichern und ihre Kartenumsätze bequem in Raten zahlen.

Beendet: **05.08.08 00:00:10 MESZ**

Versandkosten: **EUR 2,50**
Deutsche Post Brief
Service nach: Deutschland

Angaben zum Verkäufer
Verkäufer: db_bahn (26618)
Bewertungen: **97,7 % Positiv**
Mitglied: seit 06.06.06 in Deutschland
Angemeldet als gewerblicher Verkäufer

- [Detaillierte Bewertungen aufrufen](#)
- [Zu meinen bevorzugten Verkäufern hinzufügen](#)
- [Andere Artikel des Verkäufers](#)

Frage an den Verkäufer
 [E-Mail an Verkäufer senden](#)

Sicher kaufen

1. [Sehen Sie sich das Bewertungsprofil des Verkäufers](#)
Bewertungspunkte: 26618 | 97,7% Positiv
[Detaillierte Bewertungen aufrufen](#)
2. [Informieren Sie sich über den Käuferschutz](#)

Das Bewertungsprofil des Verkäufers wird bei jedem Angebot angezeigt. Nach dem ersten Aktionstag sackten die Werte für die DB in den Keller.

Ursache für diese schlechte Bewertung waren knapp eintausend „negative“ und weitere knapp eintausend „neutrale“ Bewertungen, die zumeist auf den ersten Tag der Versteigerung zurückgingen. Nach Abschluss der Aktion pendelte sich der Bewertungsstand bei 97,7 % positiver Stimmen ein, weil viele zufriedene Kunden ihre Bewertung erst nach Zustellung der Tickets abgaben.

Der Grund der Kritik war bei den ersten neutralen und negativen Bewertungen eindeutig zu erkennen: Am ersten Tag der Aktion wurden zwei deutschlandweite Fahrten (auf einem Ticket) als Auktion ab einem Euro, zuzüglich 2,50 Euro Versandkosten, angeboten. So manche Fahrkarte ging für über 190 Euro über die virtuelle Theke – also etwas weniger als der eigentliche „Normalpreis“ für zwei bundesweite Fahrten der höchsten Preisklasse von 244 Euro.

Die Mehrzahl der Tickets wurde am ersten Tag für über 100 Euro verkauft, so gut wie keines ging für weniger als 66 Euro weg. Und genau das war einen Tag später urplötzlich ein Problem: Am zweiten Tag wurden die Tickets durch die Bahn nicht mehr als Auktion angeboten, sondern als Festpreistickets. Für fixe 66 Euro – und 2,50 Euro Versandkosten – standen Tickets mit den gleichen Konditionen wie am Vortag zu Tausenden feil.

„Marktwirtschaft pur“ kommt schlecht an

Ein Großteil der Kundschaft, die bereits am ersten Tag zugeschlagen und mehr als den neuerlichen Festpreis hingelegt hatte,

reagierte empört. „Angebot und Nachfrage bestimmen den Preis“ – wo gilt das mehr als bei einem Auktionshaus? Und natürlich muss jeder, der ein Gebot abgibt, für sich selbst überlegen, was das jeweilige Produkt für ihn persönlich wert ist – egal ob es sich dabei um eine historische Briefmarke, einen trendigen Elektroartikel oder eben um eine schlichte Fahrkarte handelt.

Aber – und das ist der entscheidende Punkt – das Unternehmen hätte wissen müssen, wie das Ebay-Publikum reagieren wird, schließlich ist nirgendwo das Schnäppchenbewusstsein so ausgeprägt, wie es dort der Fall ist. Die Tatsache, dass auch die Mehrheit der Ersttagskunden gegenüber dem regulären Preis immer noch ordentlich sparen konnte, rückte völlig in den Hintergrund.

Es war absehbar, dass der pure Marktwirtschaftsgedanke auf Kritik und negative Bewertungen stoßen wird, wenn das identische Produkt zuerst in Auktionen nachfragebestimmt in einem sehr begrenzten Angebot und anschließend zum Festpreis in großen Mengen gehandelt wird. Die Deutsche Bahn hat sich somit für ein paar Euro Mehreinnahmen je Fahrkarte selbst um die grundlegend positive mediale Berichterstattung gebracht, auch wenn der zeitliche Verkaufsablauf und die Höhe der Festpreisangebote im Internet angekündigt war und mit etwas Aufwand zu erfahren gewesen wären.

Versandzuschlag schafft Verärgerung

Ähnliches gilt für die kassierten Versandkosten von 2,50 Euro. Natürlich besteht der Versand eines Briefes bei Weitem aus

mehr als nur den reinen Portokosten. Aber wird das dem Käufer immer deutlich? Neigt jemand, der am ersten Tag ein Gebot über den 66 Euro abgegeben hat – also höchstwahrscheinlich leicht verärgert sein dürfte – nicht erst recht zur nicht-positiven Bewertung, wenn er zwar 2,50 Euro Versandkosten bezahlt hat, auf dem Umschlag aber dann den 55-Cent-Freistempel sieht und die Fahrkarte, für Eingeweihte leicht erkennbar, ohne jede Sicherung gegen Diebstahl in den Briefkasten gesteckt wird? Wäre es nicht alles in allem für das Fazit besser gewesen, alle deutschlandweit gültigen Fahrkarten für ein paar Euro mehr zu verkaufen, dafür dann aber auf das anfängliche Auktionsspektakel sowie auf die Versandkosten gänzlich zu verzichten?

Abmahnung wegen Widerrufsrecht

Etliche Kunden, die nach dem ersten Tag der Meinung waren, sie hätten zu viel bezahlt, und die sich deshalb lieber mit den günstigeren Tickets der Folgetage eindecken wollten, beriefen sich auf etwas, was ansonsten bei Ebay für gewerbliche Anbieter obligatorisch ist: die Möglichkeit, innerhalb von einem Monat vom Recht auf Widerruf Gebrauch zu machen.

Doch die Bahn berief sich in allen Fällen auf § 312b BGB, welcher ein Widerrufsrecht im Bereich Beförderungen ausschließt, wenn sich das Unternehmen innerhalb eines genau angegebenen Zeitraums zur Dienstleistung verpflichtet. Das rief die Verbraucherzentrale Berlin mit einer Abmahnung auf den Plan: Die Ver-

braucherschützer waren und sind nämlich der Meinung, dass es sich bei dem von der Deutschen Bahn auf Ebay angebotenen Produkt nicht etwa um eine Fahrkarte, sondern um eine Gutscheinform handelt. Schließlich wurde das Angebot ja nicht an feste Züge und Reisedaten gebunden und ist somit im Grundsatz beispielsweise mit einem Kinogutschein vergleichbar. Wären die Fahrkarten also gar keine Fahrkarten, sondern Gutscheine, dann hätte über das Widerrufsrecht belehrt werden müssen.

Der Ausgang des Rechtsstreits ist zwar offen, die negative öffentliche Wirkung steht jedoch schon fest. Die Bahn steht – zu Recht oder Unrecht – zunächst als Unternehmen da, das seine Kunden um Verbraucherrechte bringt.

Handwerkliche Fehler

Doch wer meint, der Ärger wäre nun zu Ende, der irrt: Die ausgelieferten Fahrkarten offenbarten Ausnahmen und Regeln, die nicht innerhalb der Auktionen zu erkennen waren und die von den Bedingungen von früheren Angeboten abwichen:

- Zwar war der Ausschluss der Citynightline-Nutzung gerade noch so im Kleingedruckten der Auktionen zu finden, nicht jedoch die Tatsache, dass mit den Ebay-Tickets die Nutzung der ICE-Sprinter tabu ist. Sofort tauchten im

Ebay-Nutzerforum verstörte Käufer auf, die sich aufgrund des Begleitbriefs völlig nachvollziehbar die Frage stellten, ob denn nicht jeder ICE ein Sprinter sei.

- Weiter wurden einige deutschlandweite Tickets mit dem Begleittext ausgeliefert, sie seien freitags (Paris-Fahrkarten auch sonntags) nicht gültig. Die Klausel, die offensichtlich von den Metropolitickets übernommen wurde, war auf den Fahrkarten selbst jedoch nur versteckt zu finden.
- Zusätzlichen Ärger brachte die Tatsache ein, dass sämtliche Fahrkarten – für bis zu vier Fahrten – auf einem Blatt waren. Damit war die zeitgleiche Nutzung von Einzelfahrten durch mehrere Personen auf verschiedenen Strecken zwar rechtlich erlaubt, faktisch aber unmöglich.

Viel zu kompliziert

Betrachtet man die Ebay-Aktion der Bahn mit etwas zeitlicher Distanz, werden einige Dinge deutlich: Man denkt am Potsdamer Platz in die richtige Richtung, wenn man neue Absatzwege sucht, um ein neues Publikum zu finden.

Fahrkarten, die im Voraus zur beliebigen Verwendung gekauft werden können, finden viele Interessenten. Das hat schon frühere Aktionen sehr interessant gemacht. Aber das war es dann auch schon!

Der Normalpreis von bis zu 122 Euro je Strecke wird Neukunden, die von Kontingenten und Sparpreisen, von Bahncard und Rabatt nichts wissen wollen, sondern einfach nur von A nach B möchten, auch zukünftig zunächst erschrecken. Wäre die Preispolitik transparent und die Preisfindung überlegt, könnte man auf Ebay-Tickets, Nutellaglas-Bahncard und Kontingente verzichten. Der Kunde würde zum Bahnhof gehen, ein immer gleich preiswertes Ticket ziehen, einsteigen, Stammkunde werden!

Fachbegriffe wie etwa „ICE-Sprinter“ sind dazu geeignet, neuen Kunden erst einmal ein Fragezeichen ins Gesicht zu zaubern.

Wer eine einfache Fahrkarte von A nach B mit einem seitenlangen Erläuterungstext versieht, wirkt so, als wäre er bürokratisch und würde sich in dieser Rolle auch noch wohlfühlen! War der Ausschluss des 2. Oktobers wirklich nötig? Wäre es nicht besser gewesen, die Tickets für die europäischen Städte für ein paar Euro mehr anzubieten, dafür aber die Fahrt auch freitags bzw. sonntags zuzulassen?

Zu viele Regeln und Ausnahmen, schlichtweg zu viel Bürokratie, lassen die Deutsche Bahn selbst dann anachronistisch wirken, wenn Tickets modernst bei Ebay verkauft werden.

Bahnfahren muss einfach, günstig und flexibel sein. Nicht mehr. Aber auch nicht weniger.

Nutella versüßt Bahnfahren

■ Zur gleichen Zeit, als die Verkaufsaktion über Ebay lief, startete die DB ein weiteres breit gestreutes Angebot über den Vertrieb des Nuss-Nougat-Aufstrichs „Nutella“. In jedem Aktionsglas, das in großen Mengen und oft für nur 1,79 Euro in den Supermärkten zu haben war, war ein Gutschein zu finden, der wie eine

Bahncard 25 eingesetzt werden konnte. Der DB gelang es, ihr kompliziertes Tarifsystem auf die Deckelgröße des Aufstrich-Glases einzudampfen: Vor allem die Familienangebote sollten so bekannt gemacht werden.

(red)

