



# Presse- mitteilung

Pressestelle

HAUSANSCHRIFTEN Rochusstraße 1, 53123 Bonn  
Wilhelmstraße 54, 10117 Berlin

TEL +49 (0)30 18 529 - 3171 bis 3177

FAX +49 (0)30 18 529 - 3179

E-MAIL [pressestelle@bmelv.bund.de](mailto:pressestelle@bmelv.bund.de)

INTERNET [www.bmelv.de](http://www.bmelv.de)

DATUM 15. März 2010

NUMMER 48

SPERRFRIST

## **Klößner: Verbraucherfreundlichkeit der Deutschen Bahn lässt zu wünschen übrig - Bedienzuschläge benachteiligen den ländlichen Raum**

**Die Parlamentarische Staatssekretärin bei der Bundesministerin für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz, Julia Klößner**, hat anlässlich des Weltverbrauchertags von der Deutschen Bahn AG mehr Verbraucherfreundlichkeit und eine stärkere Rücksichtnahme auf nicht Internet erfahrene Verbraucher gefordert. Insbesondere die geplante Ausweitung von Bedienzuschlägen, die zusätzlich zum Fahrkartenpreis beim Kauf am Schalter erhoben werden, bewertete Klößner kritisch. „Die Praxis der Deutschen Bahn, die Bedienzuschläge nach und nach auf immer mehr Angebote auszuweiten, ist aus Verbrauchersicht nicht akzeptabel. Ältere Personen, Bürger ohne Internetzugang, Behinderte, Ausländer ohne ausreichende Sprachkenntnisse werden hier stärker belastet. Der von der Deutschen Bahn beabsichtigte stärkere Verkauf über das Internet führt nicht nur zu einer Reduzierung der Verkaufsstellen, sondern benachteiligt vor allem die ländlichen Räume, da dort eine flächendeckende Internetabdeckung noch nicht gewährleistet ist“, sagte Julia Klößner

Klößner warnte vor einer schleichenden Einführung von Service-Entgelten beim Fahrkartenkauf am Schalter oder in Reisebüros: „Viele Verbraucher sind auf die Beratung und den personenbedienten Verkauf angewiesen.“ Die Parlamentarische Staatssekretärin appellierte an die Deutsche Bahn, die Entwicklung zu stoppen, die Zuschläge abzuschaffen und für mehr Transparenz zu sorgen.

Zugleich verwies Klößner auf zahlreiche Beschwerden von Bahnkunden, dass Bahncards nur noch im Abonnement verkauft würden, dies aber nicht hinlänglich bekannt

sei, und die Bahncard häufig gegen den Willen der Kunden automatisch um ein Jahr verlängert werde. „Auch hier bedarf es einer größeren Transparenz für die Fahrgäste über die Geschäftsbedingungen. Die beste Lösung wäre, neben der Bahncard im Abonnement auch ein Bahncard-Angebot zu machen, das nur für ein Jahr gilt und dann automatisch ausläuft“, so Julia Klöckner.