

WAHLFREIHEIT STATT DIGITALZWANG IM ÖFFENTLICHEN VERKEHR

Der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) und mitzeichnende Verbraucherzentralen und -verbände appellieren an Bundesregierung, Deutsche Bahn AG und öffentliche Verkehrsunternehmen, niemanden durch die Digitalisierung im Vertrieb von Bus- und Bahnreisen auszuschließen.

16. September 2024

**DAS POSITIONSPAPIER WIRD VON FOLGENDEN MITGLIEDSVERBÄNDEN
UND VERBRAUCHERZENTRALEN GEMEINSAM GETRAGEN:**



Bundesverband e.V.



verbraucherzentrale

Baden-Württemberg

verbraucherzentrale

Berlin

verbraucherzentrale

Brandenburg

verbraucherzentrale

Bundesverband

verbraucherzentrale

Hamburg

verbraucherzentrale

Hessen

verbraucherzentrale

Mecklenburg-Vorpommern

verbraucherzentrale

Niedersachsen

verbraucherzentrale

Nordrhein-Westfalen

verbraucherzentrale

Rheinland-Pfalz

verbraucherzentrale

Saarland

verbraucherzentrale

Thüringen

VERBRAUCHERRELEVANZ

Die Deutsche Bahn AG (DB) und andere Verkehrsunternehmen des öffentlichen Personenverkehrs fordern beim Verkauf von Tickets und anderen Produkten wie der BahnCard zunehmend Kundenkontaktdaten wie E-Mail-Adresse oder Mobilfunknummer ein. Einige Fahrkarten und Produkte werden nur noch digital und gar nicht mehr oder nur stark eingeschränkt an Automaten oder Schaltern verkauft. Insbesondere die preisreduzierten und deshalb für Verbraucher:innen mit kleinem Geldbeutel attraktiven Tickets werden an die Herausgabe von Daten geknüpft. Damit werden vulnerable (verletzliche) Verbrauchergruppen vom Reisen mit klimaverträglichen und günstigen Verkehrsmitteln ausgeschlossen. Dazu zählen einerseits ältere Menschen, die seltener das Internet nutzen. Aber auch Personen, die aus finanziellen, sozialen, gesundheitlichen, behinderungsbedingten oder persönlichen Gründen keinen digitalen Zugang haben oder diesen nicht nutzen möchten. Nach Angaben des Statistischen Bundesamts sind in Deutschland etwa fünf Prozent der Menschen im Alter zwischen 16 und 74 Jahren offline.¹ Mit zunehmendem Alter steigt die Zahl derjenigen, die weder das Internet nutzen noch ein Smartphone besitzen: Bei den über 80-Jährigen ist nur etwa jeder Dritte online.² Zudem werden auf dem digitalen Vertriebsweg immer mehr Daten von Verbraucher:innen eingesammelt. Dadurch werden die strukturellen Asymmetrien in Bezug auf Informationsverarbeitung, Verletzlichkeit und Entscheidungsautonomie zulasten von Verbraucher:innen eher verstärkt.

Digitalisierung ohne Alternative widerspricht den Wünschen der Verbraucher:innen: So stimmen 96 Prozent der Teilnehmenden einer repräsentativen Befragung im Auftrag des vzbv im Sommer 2024 der Aussage voll und ganz oder eher zu, dass auch Menschen ohne Internetzugang oder Smartphone Zugang zu allen Angeboten im öffentlichen Personenverkehr haben müssen.³

Der öffentliche Verkehr ist für viele Verbraucher:innen eine wichtige Säule ihrer Mobilität. Busse und Bahnen tragen dazu bei, dass Menschen ohne Auto am gesellschaftlichen Leben teilhaben und wichtige Orte erreichen können. Gleichzeitig wird durch die gemeinschaftliche Nutzung von Verkehrsmitteln weniger CO₂ ausgestoßen als im Individualverkehr.⁴ Daher müssen öffentliche Verkehrsmittel und Mobilitätsdienste so gestaltet sein, dass sie allen Bevölkerungsgruppen gerecht werden und niemanden ausschließen.

Dem entgegen steht die Vertriebsstrategie der Deutschen Bahn und anderer Anbieter des öffentlichen Verkehrs, die zunehmend auf rein digitale Fahrkarten setzen. So gibt die Deutsche Bahn seit dem 9. Juni 2024 ihre BahnCard ausschließlich digital aus.⁵ Und DB-Fahrkarten zum Sparpreis oder Super Sparpreis verkauft die Deutsche Bahn seit Oktober 2023 nur noch, wenn Verbraucher:innen eine

¹ Statistisches Bundesamt, Zahl der Woche Nr. 15, 2024, https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/Zahl-der-Woche/2024/PD24_15_p002.html, 20.08.24

² Bundesministerium für Familie, Frauen, Senioren und Jugend, Pressemitteilung, Ein Drittel der Generation 80+ ist online, 2022, <https://www.bmfsfj.de/bmfsfj/aktuelles/presse/pressemitteilungen/ein-drittel-der-generation-80-ist-online-195816>, 27.08.2024

³ vzbv, Pressemitteilung, Ticket nur gegen Mailadresse – Digitalisierung bei der Bahn muss alle mitnehmen, 2024, <https://www.vzbv.de/pressemitteilungen/ticket-nur-gegen-mailadresse-digitalisierung-bei-der-bahn-muss-alle-mitnehmen>, 16.09.24

⁴ vzbv, Öffentlicher Personenverkehr, 2024, <https://www.vzbv.de/oeffentlicher-personenverkehr>, 27.08.2024

⁵ Zwar wird auch ein PDF mit QR-Code angeboten. Jedoch ist immer ein digitales und an eine E-Mailadresse gebundenes Kundenkonto Voraussetzung.

Handynummer oder E-Mail-Adresse angeben – auch beim Schalterverkauf.⁶ Dies wirft Fragen zur Barrierefreiheit und Inklusion auf. Für viele Menschen, die keinen digitalen Zugang haben, diesen nicht nutzen können oder wollen, bedeutet diese Umstellung eine erhebliche Einschränkung. So würden sich 47 Prozent der Befragten stark oder etwas eingeschränkt fühlen, wenn der Fahrkartenkauf nur noch digital möglich wäre. Bei den ab 60-Jährigen wären es sogar 70 Prozent.⁷ Die knappe Mehrheit der Befragten (54 Prozent) ist außerdem der Meinung, dass die Deutsche Bahn einige Produkte nur noch digital verkauft, sei eher oder sehr schlecht.⁸

Größte Finanziere des öffentlichen Personennahverkehrs (ÖPNV) und der Deutschen Bahn AG sind und bleiben die Steuerzahler:innen. Immer wieder müssen sie die Deutsche Bahn mit Milliarden von Steuergeldern retten.⁹ Deshalb steht die Deutsche Bahn in besonderer Verantwortung, Garant für Inklusion zu sein und Angebote für alle Bevölkerungsgruppen zu schaffen. Sie ist auch keine herkömmliche Aktiengesellschaft, sondern befindet sich im Eigentum des Bundes. Vertreter:innen der Bundesregierung sowie des Deutschen Bundestages sind im Aufsichtsrat der Deutschen Bahn. Sie haben die Aufgabe, den Vorstand zu überwachen und zu beraten. Sie sind in alle Entscheidungen eingebunden, die für die Bahn von grundlegender Bedeutung sind. Darüber hinaus unterliegen einzelne Angebote der Beförderungsbedingungen der Genehmigungspflicht durch das Bundesverkehrsministerium (§ 12 des Allgemeinen Eisenbahngesetzes).

Nach Ansicht der Befragten sind die Verkehrsunternehmen (84 Prozent) vorrangig in der Verantwortung, gefolgt von der Politik (59 Prozent), dafür zu sorgen, dass Menschen, die nicht über ein Smartphone oder Internetzugang verfügen, auch weiterhin Fahrkarten kaufen können.¹⁰

Die Politik darf nicht länger untätig zuschauen, sondern muss handeln, wenn der Bahnvorstand einen Teil der (potenziellen) Fahrgäste dauerhaft vor die Tür setzen will.

Der vzbv und die mitzeichnenden Verbände fordern:

unverzüglich, dafür zu sorgen, dass Tickets bei der Deutschen Bahn auch ohne Herausgabe von personenbezogenen Daten erhältlich sein müssen.

Konkret:

- ❖ Die Angabe einer E-Mail-Adresse beziehungsweise Mobilfunknummer beim Kauf eines Tickets muss freiwillig erfolgen. Damit verzichten die Reisenden auf die Information über Störungen und Änderungen über digitale Kanäle während der Fahrt. 93 Prozent der Befragten stimmen der Aussage voll und

⁶ vzbv, Online Meldung, Deutsche Bahn: Bahncard muss für alle verfügbar sein, 2024, <https://www.vzbv.de/meldungen/deutsche-bahn-bahncard-muss-fuer-alle-verfuegbar-sein>, 27.08.2024

⁷ vzbv, Pressemitteilung, Ticket nur gegen Mailadresse – Digitalisierung bei der Bahn muss alle mitnehmen, 2024, <https://www.vzbv.de/pressemitteilungen/ticket-nur-gegen-mailadresse-digitalisierung-bei-der-bahn-muss-alle-mitnehmen>, 16.09.24

⁸ vzbv, Pressemitteilung, Ticket nur gegen Mailadresse – Digitalisierung bei der Bahn muss alle mitnehmen, 2024, <https://www.vzbv.de/pressemitteilungen/ticket-nur-gegen-mailadresse-digitalisierung-bei-der-bahn-muss-alle-mitnehmen>, 16.09.24

⁹ Tagesschau, Was könnte der klammen Deutschen Bahn helfen?, 2024, <https://www.tagesschau.de/wirtschaft/unternehmen/bahn-halbjahresbilanz-102.html>, 27.8.2024

¹⁰ vzbv, Pressemitteilung, Ticket nur gegen Mailadresse – Digitalisierung bei der Bahn muss alle mitnehmen, 2024, <https://www.vzbv.de/pressemitteilungen/ticket-nur-gegen-mailadresse-digitalisierung-bei-der-bahn-muss-alle-mitnehmen>, 16.09.24

ganz oder eher zu, dass man Tickets für den Regional- und Fernverkehr der Deutschen Bahn auch ohne Internet und Smartphone kaufen können sollte.¹¹

- ✦ Es muss immer möglich sein, die BahnCard auch am Service-Schalter zu erwerben. Zudem sollte eine analoge BahnCard zum Beispiel in Papierform mit einem QR-Code auch ohne digitales Kundenkonto erhältlich sein. 88 Prozent der Befragten stimmen der Aussage voll und ganz oder eher zu, dass die BahnCard auch ohne Kundenkonto an Ticketschaltern oder Fahrkartenautomaten gekauft werden können sollte.¹²

Darüber hinaus fordert das Verbändebündnis:

- ✦ Die Digitalisierung im Ticketvertrieb darf **nicht zum Ausschluss einzelner Gruppen** führen.
- ✦ Aufsichtsbehörden müssen digitale Maßnahmen kritisch überprüfen, um sicherzustellen, dass sie den **Grundsätzen der Datensparsamkeit und Barrierefreiheit** entsprechen, und sie gegebenenfalls ablehnen (Gleichheitsgrundsatz im Grundgesetz als Basis).
- ✦ Für mehr Kundenorientierung bei der Digitalisierungsstrategie muss ein **Verbraucherbeirat** bei der Deutschen Bahn sowie den regionalen Verkehrsunternehmen eingerichtet werden.
- ✦ Zu mehr Transparenz und besserer Steuerung soll ein **Qualitätsmonitor** eingeführt werden: Mit einer systematischen, auf wissenschaftlichen Kriterien beruhenden und unabhängigen Messung der **Kundenzufriedenheit** können künftig Defizite in der Kundenorientierung des öffentlichen Verkehrs ermittelt werden.
- ✦ Es müssen **alternative und niederschwellige Lösungen** geschaffen werden, die sicherstellen, dass alle Verbraucher:innen die Angebote der regionalen Verkehrsbetriebe und der Deutschen Bahn ohne digitale Hürden nutzen können.
- ✦ Die Informationen und gegebenenfalls der Ticketverkauf über **Serviceterminals mittels Audio- oder Videoberatung** müssen ausgeweitet werden.
- ✦ Vor und während der Fahrt sollten **Informationen immer auch in englischer Sprache** zur Verfügung gestellt werden.
- ✦ Der **Ticketverkauf im Fahrzeug** sowie der **telefonische Ticketverkauf** müssen als Alternative neu bewertet und gegebenenfalls wieder eingeführt werden.
- ✦ **Vergünstigungen** müssen auch für **nicht-digitale Tickets** beibehalten werden.
- ✦ **Informationen** dürfen nicht ausschließlich in Apps ausgelagert werden, sondern müssen **am Bahnsteig und im Fahrzeug** angeboten werden. Gerade dynamische Informationen (Störungen, Änderung der Wagenreihung, etc.) können zum Beispiel über Bildschirme digital und in Echtzeit erfolgen.

¹¹ vzbv, Pressemitteilung, Ticket nur gegen Mailadresse – Digitalisierung bei der Bahn muss alle mitnehmen, 2024, <https://www.vzbv.de/pressemitteilungen/ticket-nur-gegen-mailadresse-digitalisierung-bei-der-bahn-muss-alle-mitnehmen>, 16.09.24

¹² vzbv, Pressemitteilung, Ticket nur gegen Mailadresse – Digitalisierung bei der Bahn muss alle mitnehmen, 2024, <https://www.vzbv.de/pressemitteilungen/ticket-nur-gegen-mailadresse-digitalisierung-bei-der-bahn-muss-alle-mitnehmen>, 16.09.24

- ❖ Durch Schulungen oder Beratungsstellen muss **mehrsprachige Unterstützung** für bestimmte Gruppen angeboten werden (nicht nur für Senior:innen, sondern auch für unter 18-Jährige und alle, die Bedarf haben).
- ❖ Die Entwicklung einer **barrierefreien und mehrsprachigen Mobilitäts-App (eine so genannte Simple App)** muss gefördert werden, die wenig digital-affinen oder eingeschränkten Menschen eine niedrigschwellige Möglichkeit bietet, sich über Verbindungen zu informieren und ein Ticket zu kaufen.
- ❖ **Technologieoffene Lösungen** müssen vorangetrieben werden. Freie, nicht an ein bestimmtes Betriebssystem gebundene Apps sollten staatlich zertifiziert werden.
- ❖ Öffentliche und mit öffentlichen Geldern finanzierte Verkehrsunternehmen sollten bei der Entwicklung von Angeboten zu **privacy by default** und **privacy by design** verpflichtet werden.
- ❖ Grundsätzlich muss **Mobilität ohne eigenes Auto ermöglicht werden**. Dafür muss der öffentliche Personenverkehr ausgebaut und zuverlässiger gestaltet werden. Ein Hausanschluss Mobilität muss realisiert werden.¹³

JETZT DIE WEICHEN FÜR EINEN BARRIEREFREIEN ZUGANG ZU ÖFFENTLICHEN VERKEHRSMITTELN STELLEN

Nur datenschutzkonforme Digitalisierung, die inklusiv ist und auch Offliner mitnimmt, macht Mobilität einfacher, komfortabler und sichert Teilhabe für alle.

Kontakt

Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände –
Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.

Team Mobilität und Reisen

mobilitaet@vzbv.de

Rudi-Dutschke-Straße 17, 10969 Berlin

Der Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. ist im Deutschen Lobbyregister und im europäischen Transparenzregister registriert. Sie erreichen die entsprechenden Einträge [hier](#) und [hier](#).

¹³ vzbv, Positionspapier, Mit einem „Anschluss Mobilität“ die Mobilität ohne eigenes Auto sichern, 2021, https://www.vzbv.de/sites/default/files/2021-05/Positionspapier_O%CC%88ffentlicher%20Verkehr_Verbandsthema_Anschluss%20Mobilit%C3%A4t.pdf, 11.09.24