

#PERSONENVERKEHR 28. Dezember 2015

Menschen bleiben der „wichtigste Vertriebskanal“

Die Deutsche Bahn feiert ihren angeblich „wichtigsten Vertriebskanal“ und meint damit - das Internet. Seit 18 Jahren gibt es jetzt die Online-Angebote, sie generieren derzeit rund ein Drittel der Einnahmen im Vertrieb, freut sich die DB in einer Pressemitteilung. Allerdings hat sie dabei den allerwichtigsten Vertriebskanal vergessen: den personenbedienten Verkauf. Ihn gibt es nicht erst seit 18, sondern schon seit 180 Jahren. Und er ist durch nichts zu ersetzen.



Die Deutsche Bahn feiert ihren angeblich „wichtigsten Vertriebskanal“ und meint damit - das Internet. Seit 18 Jahren gibt es jetzt die Online-Angebote, sie generieren derzeit rund ein Drittel der Einnahmen im Vertrieb, freut sich die DB in einer Pressemitteilung. Allerdings hat sie dabei den allerwichtigsten Vertriebskanal vergessen: den personenbedienten Verkauf. Ihn gibt es nicht erst seit 18, sondern schon seit 180 Jahren. Und er ist durch nichts zu ersetzen.

Ticketbuchung am Smartphone mag eine schnelle und bequeme Methode sein. Aber hat die DB auch mal untersucht, wie gut ein Smartphone oder ein Laptop den Reisenden beraten?

Die Reiseberaterinnen und –berater der DB Vertrieb GmbH sind das Gesicht der Bahn. Eine Analyse, die sich nur auf Verkaufszahlen stützt, wird nie ermessen können, was diese Kolleginnen und Kollegen für die Kundenbindung und für das Image der Eisenbahn insgesamt leisten. Viele von ihnen haben auch über die Weihnachtsfeiertage gearbeitet und/oder werden dies am bevorstehenden Jahreswechsel tun. Ihre Arbeit ist auch durch das beste Online-Angebot nicht zu ersetzen. Sie sind und bleiben der wichtigste „Vertriebskanal“ der Bahn!