



## Presseinformation

### **Deutsche Bahn entwickelt Provisionsmodell für DB Agenturen weiter**

#### **Bis zu 10 Prozent Provision auf Fernverkehrsprodukte möglich • Bei Präsenzagenturen am Bahnhof jetzt einheitlich 9,5 Prozent auf Nahverkehrs- und Verbundfahrkarten • Wieder drei Jahre Laufzeit**

(Berlin, 25. Juni 2019) Ab 1. Januar 2020 gelten neue Vertriebskonditionen für die DB Agenturen. „Noch stärker als im aktuellen Modell fokussieren wir uns auf die für uns besonders wichtigen Agenturen für den bestellten Nahverkehr und den Fernverkehr“, erklärt Dr. Christian Runzheimer, Geschäftsführer Finanzen und Controlling der DB Vertrieb GmbH. Beim Nahverkehrsvertrieb sind dies die Agenturen, die für die Deutsche Bahn (DB) verkehrsvertragliche Verpflichtungen erbringen. Im Fernverkehr legt die DB das Augenmerk auf Agenturen an relevanten Bahnhofsstandorten. „Unser Ziel ist es, Beratung, Verkauf und Service an diesen Standorten auch in Zukunft zu sichern“, so Runzheimer.

Mit dem weiterentwickelten Vertriebsmodell können DB Agenturen bis zu zehn Prozent Provision auf Fernverkehrsprodukte erzielen. Die Bausteine Grundprovision und Einnahmebonus werden zusammengeführt. Zukünftig gibt es eine gestaffelte Provision mit neuen Einnahmegrenzen und Provisionsstufen von ein bis sechs Prozent. Darüber hinaus führt die DB für relevante Bahnhöfe das „Incentive Fernverkehr“ in Höhe von vier Prozent ein, das an besondere Bedingungen geknüpft ist. Dabei verpflichtet sich die Agentur, bei Privatreisenden auf Servicegebühren zu verzichten und bestimmte Service- und Beratungsleistungen zu erbringen.

Im Nahverkehr gibt es zukünftig einheitlich 9,5 Prozent Provision für die als „Service-Partner Nahverkehr“ eingestuften Präsenzagenturen. „Für rund ein Drittel der entsprechenden Agenturen bedeutet der einheitliche Satz ein Provisionsplus. Damit honorieren wir die gute Leistung unserer Agenturpartner im Nahverkehr“, sagt Anja Müller, Leiterin personenbedienter Vertrieb. Darüber hinaus sind zusätzliche individuelle Maßnahmen möglich, wenn zum Beispiel eine Agentur durch den Aufgabenträger geforderte Wochenend- und Feiertagsöffnungszeiten anbietet.

Mit drei Jahren Vertragslaufzeit bieten die neuen Konditionen den Agenturpartnern erneut langfristige Planungssicherheit. Alle derzeit rund 2.000 DB Agenturen werden in den kommenden Tagen detailliert über das neue Provisionsmodell informiert. Weitere Informationen gibt es in einer Broschüre zum neuen Provisionsmodell, die demnächst über die Agenturbetreuung erhältlich ist.

Andreas Fuhrmann  
Stellv. Sprecher Personenverkehr  
Tel. +49 (0)30 297-60016  
presse@deutschebahn.com  
www.deutschebahn.com/presse  
twitter.com/DB-Presse