

Harte Zeiten für die Güterbahnen

Von Eberhard Krummheuer

Sah es im freien Wettbewerb lange danach aus, als könnten kleine Privatanbieter den großen Güterbahnen den Rang ablaufen, ist nun doch die Logistiksparte der Deutschen Bahn europäischer Marktführer. Die Kleinen müssen umdenken – und sich Nischen suchen, in denen sie überleben können.

MAINZ. Im liberalisierten europäischen Schienengüterverkehr steigt der Wettbewerbsdruck. Harte Zeiten brechen dabei für die kleinen Newcomer an. Bisher profitierten sie von der mangelnden Flexibilität der großen Staatsbahnen. Doch zumindest Marktführer Railion, die Güterbahn-Tochter der Deutschen Bahn, holt auf.

Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes stieg der Güterverkehr auf der Schiene 2006 um 10,8 Prozent. Railion wuchs zwar nur um 8,2 Prozent, doch im europäischen Vergleich ist die Konzerntochter laut Internationalem Eisenbahnverband UIC mit Abstand die Nummer eins. Die polnische und die französische Bahn auf den Plätzen zwei und drei kommen zusammen nicht auf das Güterverkehrsaufkommen und die Profitabilität der Deutschen. „Wir haben unsere Hausaufgaben gemacht, unsere Effizienzprogramme der letzten Jahre greifen, und unsere konsequente Branchenausrichtung kommt beim Kunden an“, beschreibt Norbert Bense, im Bahnkonzern Holdingvorstand der Sparte Logistics, die Gründe für den Aufwärtstrend bei Railion.

Die kleinen Wettbewerber müssen umdenken, sagt beispielsweise Karl Michael Mohsen, Vorstandschef des Wettbewerbers TX Logistik: „Vor sechs Jahren war der Markt für uns ein äußerst profitables Geschäft. Inzwischen sind die Preise so gefallen, dass man sich fragen muss, ob man im Schienengüterverkehr überhaupt Geld verdienen kann.“

Einer der Gründe sind die Fitnesskuren der Staatsbahnen, erklärt Beraterin Maria Leenen, Chefin der Branchenfirma SCI-Verkehr: „Wenn die schlafenden Riesen einmal wach sind, wird es eng für die Kleinen.“

Während aus deren Kreisen schon von „Re-Monopolisierung durch die Staatsbahnen“ gesprochen wird, hält Leenen das für eine völlig normale Marktentwicklung. „Europaweit werden am Ende nur drei, vier große Anbieter den Gesamtmarkt bedienen. Die kleineren Unternehmen sind gut beraten, sich in Nischen oder Regionen zu spezialisieren. Da ist auch gutes Geld zu verdienen.“

Das sieht auch Mohsen so. Der gelernte Spediteur setzt für TX, die zu 51 Prozent der italienischen Bahn Trenitalia gehört, auf „Schienengüterverkehrsleistung mit Mehrwert. Wir verstehen uns nicht als Transporteur, sondern als privater Logistiker in diesem Geschäft.“ Das Unternehmen, das bislang überwiegend international „Ganzzüge“ geschlossen vom Start- zum Zielbahnhof etwa mit Containern oder in der Automobillogistik fährt, empfiehlt sich als Anbieter für branchenspezifische Transportlösungen. „Uns interessieren dabei nicht die Preise der Bahn-Wettbewerber, wir wollen ein bisschen besser sein als die Straße“, sagt Mohsen. Der italienische Mehrheitseigentümer lasse dazu alle Freiheiten.

Große wie kleine Bahnen richten ihr Augenmerk immer mehr auf die wachsenden Ost-West-Verkehrsströme. Railion beteiligt sich in Polen mit 70 Prozent an der neuen Firma East West Railways mit Schwerpunkt Chemietransporte und weiter östlich an der Eurasia Rail Logistics, die die bürokratischen und technischen Hemmnisse auf der Achse Berlin – Moskau und weiter nach Asien ausräumen soll. Man beobachte zudem die

Privatisierungsprozesse bei den Güterbahnen in Tschechien und Ungarn, sagte Railion-Vorstandschef Klaus Kremper. „Von Ungarn versprechen wir uns viel“, erklärt auch TX-Chef Mohnsen und fährt mit einem ungarischen Partner bereits Erztransporte von Budapest nach Hamburg.

Während sich der Wettbewerb bisher auf das kostengünstige Ganzzug-Geschäft konzentrierte, ringen Railion und die Schweizer SBB Cargo jetzt um den Einzelwagenverkehr. Dabei handelt es sich um Güterwagen, die individuell über Rangierbahnhöfe in verschiedenen Zügen befördert werden. So bietet SBB Cargo Haus-Haus-Verkehre vom Ruhrgebiet bis nach Italien an. Railion setzt dagegen: Kürzlich erwarb die Konzerntochter die kleine Schweizer Bahngesellschaft Brunner Rail Way Services. Als Railion Schweiz soll sie vor allem im Industriegebiet rund um Basel ins Einzelwagengeschäft einsteigen.

Vier Fragen an Klaus Kremper:

„Unser Kampfgeist ist groß“

Handelsblatt: Herr Kremper, in den vergangenen Jahren haben kleine Newcomer im Schienengüterverkehr den Großen wie Railion durch Rosinenpickerei Geschäft weggenommen. Haben Sie diesen Trend gestoppt?

Kremper: In der Tat geht unsere Rechnung auf: Unsere Effizienzprogramme funktionieren. Wir sind flexibler am Markt und können so den Kunden individueller bedienen. Diesen Vorteil, den eine kleine Bahn hatte und durch den wir in der Vergangenheit Kunden verloren haben, haben wir kompensiert und konnten bereits einige zurückgewinnen. Unser Kampfgeist ist hier sehr groß.

Können Sie sich Kooperationen mit den Kleinen vorstellen?

Wir arbeiten seit jeher mit einer Vielzahl von kleineren und mittelgroßen Partnern – insbesondere im Nahbereich – zusammen. Deren Heimvorteil wollen wir auch in Zukunft nutzen.

Oder droht eine Re-Monopolisierung des Schienengüterverkehrs?

Eine Konsolidierung des Marktes wird es früher oder später geben, und zwar in erster Linie international. Nur eine große, wirtschaftlich gesunde Bahn verfügt im internationalen Transport- und Logistikgeschäft verkehrsträgerübergreifend über Netzwerke sowie Investitionskraft und ist auch solide genug, um konjunkturelle Hochs und Tiefs auszuhalten.

Der Wettbewerb hat bislang vorwiegend im Ganzzug-Geschäft stattgefunden. Nun konkurrieren Railion und SBB Cargo auch im wesentlich aufwendigeren Einzelwagengeschäft im jeweils anderen Heimatmarkt. Lohnt sich das?

Da muss die Wirtschaftlichkeit natürlich sehr genau geprüft werden. Im Fall Schweiz werden wir uns auf die lukrativen Geschäfte konzentrieren, die heute wesentlich zum Betriebsergebnis der SBB beitragen. Für diese können grenzüberschreitend Railion-Loks und speziell geschulte Railion-Lokführer eingesetzt werden. Wir erweitern also international unseren Leistungsbereich mit den vorhandenen Ressourcen.

Quelle: HANDELSBLATT, Dienstag, 22. Mai 2007