Nicht um Steine hinterher zu werfen, sondern um keine falschen Schlüsse aus der Vergangenheit zu ziehen, ein paar Nachbemerkungen zu Hartmut Mehdorn und der Deutschen Bahn AG. Mehdorn war während seiner ganzen Karriere einer der cleversten und erfolgreichsten Public Relations-Nutzer. Er hatte in seiner Karriere fast durchgehend ein besseres Image, als die Fakten erlauben können. Das beruhte zumindest in der Zeit seiner Tätigkeit für die Bahn wesentlich darauf, dass er intensiv und vermutlich mit viel Aufwand die Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit und der PR-Agenturen nutzte.
Am Ende meines Textes findet sich ein Nachtrag zu den ersten Meldungen und Kommentaren zum Rücktritt. Diese Meldungen verstärken den Eindruck, dass wir auch hier wieder massiv manipuliert werden. Albrecht Müller.

Es war schon erstaunlich mit anzusehen, dass es Mehdorn zum Beispiel gelungen ist, sein Scheitern bei der Heidelberger Druck AG aus den Meldungen der Medien herauszuhalten. Dieses Unternehmen hatte er ähnlich wie die Deutsche Bahn AG mit weltweiten Zukäufen zu einem ganz besonderen globalen Unternehmen aufzupeppeln versucht. Mehdorns Zukäufe lasteten lange auf der Heidelberger Druck AG. Ähnlich wird es der Bahn AG ergehen.

Die Leistungsbilanz bei der Bahn ist alles andere als positiv, verkehrspolitisch nicht und betriebswirtschaftlich nicht:

- Das Ansehen der Bahn war vermutlich noch nie so schlecht wie heute. Mehdorn hat dem Ansehen, mit einem, seinem früheren Arbeitsbereich, der Luftfahrt, abgeschauten Preissystem einen ersten kräftigen Tritt verpasst. Dieses System sah verschiedene Preise vor, je nachdem, ob man einen Zug festbuchte oder dies offen lassen wollte. Die Macher hatten völlig verkannt, welches der Vorteil ihres Verkehrssystems ist – die Flexibilität bei der Nutzung – und sie hatten auch die Hauptzielgruppe der Bahn verfehlt. Das sind eben nicht nur die Spitzenverdiener und die Yuppies auf der Suche nach Schnäppchen, sondern das ganz normale Volk.

- Mehdorn hat sich um internationale Zukäufe gekümmert und wenig um den verkehrspolitischen Auftrag der Bahn und die Dienstleistungen vor Ort. In seine Zeit fällt ein weiterer Rückzug der Bahn aus der Fläche, vor allem im Güterverkehr. Da, wo der Nahverkehr funktioniert, haben wir das verkehrspolitisch richtigen Entscheidungen der Länder zu verdanken.

- Es wird behauptet, Mehdorn habe dies Leistungen der Bahn verbessert. „Das ist eine Mär“ schreibt Winfried Wolf in der heutigen „jungen Welt“:

> Nehmen wir aus Platzgründen nur die Bilanz des Herzstücks Fernverkehr. 2000, im Jahr eins des Mehdorn-Imperiums, lag die Verkehrsleistung in diesem Segment bei 36,2 Milliarden Personenkilometern. 2007 lag sie bei 34,2 Milliarden. Dies vor dem Hintergrund, daß in diesem Zeitraum mehr als 35 Milliarden Euro in die Schieneninfrastruktur investiert wurden, überwiegend in dem Bereich des Fernverkehrs und fast ausschließlich in Form öffentlicher Mittel – Stillstand trotz Superinvestitionen. Die verbesserten Bilanzzahlen kommen durch verstärkte Arbeitsauspressung der Noch-Beschäftigten, durch Belegschaftsabbau um 45 000 Beschäftigte im Bahnbereich, durch Fahren auf Verschleiß und Ausverkauf von Betriebsvermögen zustande.

- In Mehdorns Zeit fällt die Missachtung der Bedürfnisse vieler Kunden der Bahn. Ältere Menschen und Menschen ohne Internet oder ohne den Willen, sich mühsam durch die Internet-Buchung-Seiten der Bahn zu wühlen, haben es schwer, an eine Fahrkarte zu kommen. Schalter-Wartezeiten von einer halben Stunde und mehr sind üblich geworden. Weite ländliche und kleinstädtische Gebiete sind vom personellen Service der Bahn abgehängt. Mehdorn hat Strecken und den Wagenpark teilweise in sehr schlechtem Zustand hinterlassen.

- Mehdorn hat so nicht nur verkehrspolitisch versagt. Er ist meines Erachtens auch unter dem vergleichsweise engen Blickwinkel der betriebswirtschaftlichen Betrachtung als nicht sonderlich erfolgreich zu beurteilen. Das haben die zuvor genannten Beispiele belegt: wer ein Unternehmen erfolgreich führen will, wer seinen Marktanteil stabilisieren und erweitern will, muss dafür sorgen, dass die Kunden zufrieden sind. Denn die Kunden sind die besten Multiplikatoren eines Unternehmens. Die Kunden der Bahn sind dies nicht.

  Die zweitbesten Multiplikatoren eines Unternehmens sind seine Mitarbeiterrinnen und Mitarbeiter. Mehdorn hat seine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nicht motiviert, er hat sie demotiviert. Und das groteske Ende dieser Geschichte: damit die von ihm demotivierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die schlechte Stimmung nicht nach außen tragen, hat er zugelassen, dass sie überwacht werden.

  Also: dieser Chef eines privat organisierten öffentlichen Unternehmens war nicht einmal betriebswirtschaftlich betrachtet ein großer Unternehmer, volkswirtschaftlich betrachtet sowieso nicht.

- Mehdorns Versuch, die Bahn zur Börse zu führen, ist rational nicht zu begründen. Ich verweise in diesem Zusammenhang auf unsere vielen Analysen in den NachDenkSeiten und in den beiden kritischen Jahrbüchern, vor allem im Jahrbuch 2007. Dort ist auf Seite 171 ff die Bundestagsrede des CDU/CSU Bundestagsabgeordneten Königshofen vom 13.9.2007 abgedruckt. Königshofen hatte begründet, warum der Börsengang sachlich nicht begründet ist und dann eine klassische Anmerkung gemacht:

  > Man fragt sich, warum wir das tun. Sie müssen sich nicht genieren, wenn Sie sich diese Frage stellen. Denn fast alle – auch die Journalisten beziehungsweise die Fachleute – fragen sich, warum wir das tun.

  Mehdorn hat etwas „Großes“ zu tun versucht, dessen Sinn niemand einsehen konnte. Auch die Mehrheit des deutschen Volkes nicht. Sie fiel auf diesen Blender nicht herein.

Von vielen Medien kann man dies nicht behaupten. Auch in den letzten Tagen konnte man wieder davon lesen, dass der Bahnchef trotz seiner großen „Erfolge“ zur Disposition stehe. Selbst sein Drängen auf den Börsengang wurde in einigen Medien als Leistung dargestellt. Daran kann man sehen, dass für den Eindruck, den man hinterlässt, nicht die Leistung selbst, sondern die Öffentlichkeitsarbeit, die Public-Relations-Arbeit für den Eindruck von Leistung entscheidend ist.

Es wird in diesen Tagen auch mal wieder so getan, als habe Mehdorn eine „Behördenbahn“ (FAZ.NET vom 30. März) übernommen. Selbst die Frankfurter Rundschau spricht von der „einstigen Behörde“. Diese Zeitbeobachter haben vermutlich die letzten 40 Jahre auf einem anderen Stern gelebt; zumindest die westdeutsche Bahn war auch schon in den siebziger Jahren keine Behördenbahn mehr. Viele zukunftsweisende Entscheidungen verkehrspolitischer und unternehmenspolitischer Art sind in der Zeit getroffen worden, als die Bundesbahn ein öffentlicher Betrieb ohne den Status der Aktiengesellschaft war.

Für die Zukunft der Bahn ist es außerordentlich wichtig, dass die großen Fehler der Mehdorn-Zeit zur Sprache kommen und das Unternehmen sich wieder seiner genuinen Aufgabe widmet: dem verkehrspolitischen Auftrag, ein Unternehmen zu sein, das den ökonomisch und ökologisch vernünftigen Verkehr auf der Schiene im Dienste seiner Nutzerinnen und Nutzer und im Dienste der Gesellschaft organisiert und betreibt.

Zur notwendigen Aufklärung über die Mehdorn-Zeit gehören Informationen über die Höhe

der finanziellen Mittel, die die Bahn AG zum Ruhme ihres Vorstandschefs an Public Relations-Agenturen und Werbeagenturen gezahlt hat. Auch wäre es wichtig zu wissen, welche Public Relations-Agenturen für Mehdorn und die Bahn tätig waren und sind.

Vielleicht gibt es innerhalb der Bahn noch Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die uns Informationen dazu zukommen lassen. Sie würden ihrem Unternehmen und uns allen einen guten Dienst erweisen.

Nachtrag nach Erscheinen der ersten Meldungen zum Rücktritt von Hartmut Mehdorn:

Die Berichterstattung und Kommentierung ist ein neuer Beweis dafür, dass in Deutschland die totale Manipulation möglich ist. Wenn alle das gleiche sagen, schreiben und senden, dann können Behauptungen aufgestellt und durchgehalten werden, die fast keinen Bezug zur Realität haben, jedenfalls an der Realität vorbeigehen.

Hier zunächst sieben Meldungen vom 30. März 2009; auffallend gleich lautende Aussagen sind im Text fett gesetzt:

Tagesschau 20:00 Uhr
„**Das marode Unternehmen** entwickelte er zu einem **internationalen Logistikkonzern**“
Quelle: Tagesschau

Bundeskanzlerin Merkel in der gleichen Tagesschau:
„Er hat dieses Unternehmen wirtschaftlich **saniert.**“

RÜCKTRITT VON MEHDORN
Abgang eines Dickkopfs
Von Susanne Amann
Quelle: Spiegel