

# KONJUNKTURUMFRAGE 2022/2023



<b>EINLEITUNG .....</b>	<b>3</b>
<b>ZUSAMMENFASSUNG.....</b>	<b>4</b>
<b>bdo-SONDERABFRAGE: DIE FOLGEN DER CORONA-KRISE UND DIE AKTUELLE PERSPEKTIVE.....</b>	<b>7</b>
Corona-Pandemie – Voraussichtliche Dauer der negativen wirtschaftlichen Folgen .....	7
Corona-Pandemie – Entwicklung der Fahrgastzahlen nach Eindämmung .....	7
Blick auf die kommenden 12 Geschäftsmonate .....	8
Blick auf die kommenden 24 Geschäftsmonate .....	8
Zufriedenheit mit der Bundesregierung in der Corona-Krise.....	9
Zufriedenheit mit der Landesregierung in der Corona-Krise .....	9
<b>1. BUSTOURISTIK/GELEGENHEITSVERKEHR .....</b>	<b>10</b>
Beurteilung der Geschäftslage .....	10
Beurteilung der Umsatzentwicklung.....	10
Beurteilung der Gewinnentwicklung .....	11
Verschiedene Marktsegmente .....	12
Buchungszahlen .....	14
Trends im Bustourismus.....	15
Herausforderungen in der Bustourismus.....	17
Prognose 2023 zum Bustourismus .....	18
<b>2. ÖFFENTLICHER PERSONENNAHVERKEHR .....</b>	<b>19</b>
Beurteilung der Geschäftslage.....	19
Beurteilung der Umsatzentwicklung .....	19
Beurteilung der Gewinnentwicklung .....	20
Trends im ÖPNV .....	21
Herausforderungen im ÖPNV .....	23
Prognose 2023 zum ÖPNV.....	24
<b>3. FERNBUSLINIENVERKEHR.....</b>	<b>25</b>
Beurteilung der Geschäftslage .....	25
Beurteilung der Umsatzentwicklung .....	25
Beurteilung der Gewinnentwicklung .....	26
Entwicklung der Fahrgastzahlen .....	26
Trends im Fernbuslinienverkehr .....	27
Herausforderungen im Fernbuslinienverkehr .....	29
Prognose 2023 zum Fernbuslinienverkehr .....	30

## Einleitung

Der Bundesverband Deutscher Omnibusunternehmen (bdo) e.V. vertritt die Interessen von über 3.000 privaten, mittelständischen und zumeist familiengeführten Busunternehmen in Deutschland. Das private Busgewerbe beschäftigt in Deutschland fast 60.000 Fahrerinnen und Fahrer und betreibt mehr als die Hälfte der in Deutschland zugelassenen 80.000 Busse. Für diesen bedeutenden mittelständischen Wirtschaftsbereich legt der bdo hiermit zum achtzehnten Mal die Konjunkturumfrage vor.

Diese Online-Umfrage wurde vom 25. November 2022 bis 16. Januar 2023 anonymisiert durchgeführt. Die Ergebnisse sind durch viele schwerwiegende Ereignisse und Entwicklungen geprägt, die sich im Verlauf des Jahres 2022 ereigneten.

Mit Beginn des Ukraine-Krieges im Februar 2022 stiegen die Energiekosten explosionsartig in die Höhe und schmerzhaft Buchungseinbrüche waren zu verzeichnen. Der groß angekündigte und entsprechend beworbene Tankrabatt hatte für die Busunternehmen nur einen begrenzten Effekt. Kurz darauf folgte der Überraschungs-Coup „9-Euro-Ticket“ und der Fahrerpersonal-mangel nahm immer dramatischere Ausmaße an. Zum Ende des Jahres 2022 geben bereits über 93% aller Busunternehmen an, unter einem akuten Fahrpersonal-mangel zu leiden.

Auch ohne die Rekord-Inflation wäre jeder einzelne Umstand für sich schon schwierig genug gewesen, aber durch die Häufung all dieser Extremereignisse im vergangenen Jahr, bleibt die gesamte wirtschaftliche Situation eine massive Herausforderung für die Branche – auch wenn Corona eine immer geringere Rolle spielt.

Da zum Zeitpunkt der Umfrage noch keine konkreten Informationen zum 9-Euro-Nachfolgeticket existierten und der Starttermin mehrfach verschoben wurde, fand das Deutschlandticket keinen Eingang in diese Ausgabe. Vielmehr werden uns die fundamentalen Auswirkungen des „größten Reformprojekts in der Geschichte des öffentlichen Personennahverkehrs“ im nächsten Jahr umso mehr beschäftigen.

Die bdo-Konjunkturumfrage bildet neben dem aktuellen IST-Zustand der Busbranche auch wichtige aktuelle Trends und Entwicklungen ab. Sie bestätigt vor allem mit belastbaren Zahlen die Wirtschaftslage

für das gesamte Gewerbe in den drei Bereichen Bus-touristik und Anmietverkehr (Gelegenheitsverkehr), Öffentlicher Personennahverkehr (ÖPNV) und Fernlinienverkehr. Die vorliegende Konjunkturumfrage zeigt für das Krisenjahr 2022 die allgemeine und aktuelle Geschäftssituation, Geschäftserwartungen, aktuelle und zukünftige Entwicklungen und Trends, Ziel- und Fahrgastgruppen, die Verkehrswende, den Fahrpersonal-mangel sowie die politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen der privaten und mittelständischen Busbranche vor. Die aktuelle Branchenstimmung wird vollständig und segmentiert dargelegt. Entsprechend der zeitlichen Abfolge wurden die Ergebnisse der coronabedingten Sonderabfrage in einem separaten Abschnitt vorangestellt.

Insgesamt haben 552 Busunternehmerinnen und Busunternehmer aus dem gesamten Bundesgebiet an der Befragung teilgenommen, darunter bdo-Verbandsmitglieder und Unternehmen, die nicht verbandlich organisiert sind. Die befragten Unternehmen teilen sich dabei wie folgt nach Tätigkeitsschwerpunkt auf: 46% waren Gelegenheitsverkehr, 42% im ÖPNV und 1% im Fernlinienverkehr tätig. 11% der befragten Unternehmen gaben an, keinen direkten Tätigkeitsschwerpunkt zu haben.

Die befragten Unternehmen teilen sich darüber hinaus nach Größe wie folgt auf: 34% sind Kleinunternehmen (bis zu 5 Bussen), 40% sind mittelgroße Unternehmen (zwischen 5-20 Bussen) und 26% sind Großunternehmen mit über 20 Bussen.

Für die nachfolgende Darstellung der Konjunkturergebnisse werden Salden verwendet, welche die Differenz zwischen „günstiger“ und „ungünstiger“ im Vergleich zum Vorjahr ausweisen. Grundsätzlich werden die Unternehmen bei der Einschätzung der Lage nach „günstiger“, „gleichbleibend“ oder „ungünstiger“ gefragt. Die jeweiligen Prozentzahlen sind auf ganze Zahlen auf- oder abgerundet.

Berlin, den 7. März 2023



Christiane Leonard  
bdo-Hauptgeschäftsführerin

## Zusammenfassung

Die diesjährige Konjunkturumfrage des bdo ist von den tiefgreifenden Krisen des Jahres 2022 geprägt. Sie umfasst die Corona-Pandemie, den Beginn des Ukrainekriegs mit dem verbundenen drastischen Anstieg der Energiepreise und die Rekord-Inflation. Die größten Herausforderungen für die Busunternehmen bleiben die dramatischen Dieselpreise und der Fahrpersonalmangel. Auch das 9-Euro-Ticket, welches als Sonderangebot für den ÖPNV vom 1. Juni bis 31. August 2022 galt, hatte massive Auswirkungen auf alle Segmente der Busbranche. Königin Elisabeth II. hat einen Begriff für das Fazit eines solchen Jahres geprägt: „annus horribilis“.

2022 haben diese unvorhersehbaren dramatischen Ereignisse den Busmittelstand mit voller Wucht getroffen. Die coronabedingten Fahrverbote und erzwungene Kurzarbeit führten in vielen Betrieben zu einer Abwanderung von Fachkräften, was insbesondere den Fahrpersonalmangel in der Branche weiter verschärfte.

Rund 60% der befragten Unternehmen gehen davon aus, dass die wirtschaftlichen Folgen der Corona-Pandemie ihr Unternehmen auch nach Ende aller Einschränkungen im öffentlichen Leben voraussichtlich noch bis zu 3 Jahren weiter negativ beeinflussen werden. Entsprechend geht knapp die Hälfte der Befragten nur von einer **langsamen Erholung mit bleibenden leichten bis starken Verlusten bei den Fahrgastzahlen** aus. Rund jedes zehnte befragte Unternehmen geht von mehr als 3 Jahren negativen Corona-Spätfolgen aus, bei deutlich geringeren Fahrgastzahlen für die Zukunft. Immerhin geht fast jedes fünfte Unternehmen davon aus, in den kommenden 12 Monaten 80 bis 100% des Vorkrisengeschäfts erreichen zu können. Nur gut jedes zwanzigste Unternehmen glaubt daran, dass Sie das Vorkrisengeschäft innerhalb der nächsten 12 Monate übertreffen könnten. Mehr als die Hälfte der Unternehmen ist dabei zufrieden mit der Unterstützung durch die Bundesregierung bzw. durch ihr Bundesland.

Der **explosionsartige Dieselpreisanstieg führte in der gesamten Busbranche zu dramatischen Auswirkungen**. Für den Fernverkehr haben 80%, für Bustouristik und Gelegenheitsverkehr 85% und für den sogar ÖPNV 89% der befragten Unternehmen angegeben, dass der Dieselpreis deutliche bis existenzielle Auswirkungen auf ihr Geschäft 2022 hatte. Nicht zuletzt nahmen die genannten Ereignisse in unterschiedlichem Maße ganz erheblichen Einfluss auf die wirtschaftliche Entwicklung der Segmente

Bustouristik/Gelegenheitsverkehr, Öffentlicher Personennahverkehr und Fernbuslinienverkehr.

Im **Segment Bustouristik und Gelegenheitsverkehr** stellt sich 2022 die allgemeine Geschäftslage im Vergleich zum Vorjahr für 60% der Befragten günstiger dar.

Im Vergleich zum Vorjahr hat sich der Umsatz bei 64% und der Gewinn bei gut 43% der Unternehmen günstiger entwickelt.

Mehr als die Hälfte der Unternehmen gab an, dass sich im Vergleich zum Vorjahr die Anzahl der Reisegäste im Inland günstiger entwickelt habe. Knapp ein Viertel der Befragten gab an, 2022 weniger Gäste im Inland gehabt zu haben. Bei den Reisen ins Ausland gaben über 43% der Befragten eine ungünstigere Entwicklung an. Hauptzielgruppe sind bei fast 89% der Befragten die Gruppe der Best Ager und Senioren. Kurz- und Tagesreisen benannten mehr als 75% der befragten Touristiker als Reisetrend, 66% sehen mehr Reisen innerhalb Deutschlands als Trend. Allerdings gehen rund **62% der Bustouristiker zukünftig von sinkenden Fahrgastzahlen** aus.

In der Bustouristik und im Gelegenheitsverkehr gaben über 87% der befragten Unternehmen an, dass 2022 durch die Inflation grundsätzlich weniger Fahrten gebucht wurden. Hingegen gab nur ein Drittel der Unternehmen an, dass sich im Vergleich zum Vorjahr die Anzahl der Reisegäste günstiger entwickelt hatte.

Im **ÖPNV-Segment** stellt sich 2022 die allgemeine Geschäftslage im Vergleich zum Vorjahr für rund 67% günstiger oder gleichbleibend dar. 34% der befragten Unternehmen gaben eine ungünstigere Geschäftslage an.

Diese positive Entwicklung spiegelt sich auch beim Umsatz wider. Fast 74% der befragten privaten ÖPNV-Unternehmen gaben an, dass sich ihre Umsatzentwicklung im Vergleich zum Vorjahr günstiger oder gleich dargestellt hat. Immerhin gaben rund 27% der befragten Unternehmen 2022 einen ungünstigeren Umsatz an.

Beim Gewinn der ÖPNV-Unternehmen stellt sich ein anderes Bild dar. Über **62% der Befragten gaben die Gewinnsituation 2022 als ungünstiger** an und nur 17% als günstiger.

Im ÖPNV mussten zwei Drittel der befragten Unternehmen ihr Angebot 2022 ausdünnen. Als Hauptgründe wurden der Fahrpersonalmangel und hohe Dieselpreise genannt. Nur ein Drittel konnte zusätzliche Fahrten anbieten.

On-Demand-Verkehre sind bereits bei 15% der befragten Unternehmen Bestandteil des Angebots. Weitere 7% planen diese in naher Zukunft anzubieten. Mit über **60% gibt der Großteil allerdings an, On-Demand-Verkehre nicht in absehbarer Zeit anzubieten.**

Über 60% der befragten privaten ÖPNV-Unternehmen bewerten die aktuelle finanzielle Förderung moderner Fahrzeugflotten als nicht ausreichend mittelstandsfreundlich ausgestaltet. Die (Klima-)Ziele der Bundesregierung könnten aus ihrer Sicht somit nicht erreicht werden.

Zusätzliche Finanzmittel würden über 55% der privaten ÖPNV-Unternehmen für die Sicherung der Bestandsverkehre und 35% für den Ausbau des Streckenangebots nutzen. Dabei gaben 43% der befragten Unternehmen an, dass durch einen deutlichen Ausbau des ÖPNVs wieder mehr Fahrgäste für den ÖPNV mit Bussen gewonnen werden könnten. Gut 24% glauben, dass dies am besten mit einem vergünstigten Fahrkartenangebot erreicht würde.

**Im Fernlinienverkehr** stellt sich die allgemeine Geschäftslage 2022 im Vergleich zu 2021 nur für 40% der befragten Unternehmen günstiger dar. Dagegen gaben 60% eine ungünstigere Geschäftsentwicklung im Fernlinienverkehr an.

Diese schlechten Werte setzen sich in diesem Segment im Bereich von Umsatz und Gewinn fort.

**Die Umsatzentwicklung wurde von 60%, die Gewinnentwicklung sogar von 70% der befragten Unternehmen als ungünstiger im Vergleich zum Vorjahr angegeben.**

Negativ verlief auch die Entwicklung der Fahrgastzahlen im Fernlinienverkehr. 60% der befragten Unternehmen gab an, dass die Fahrgastzahlen 2022 verglichen zum Vorjahr ungünstiger waren. Weiterhin gehen 70% der Befragten davon aus, dass die Fahrgastzahlen sich im Fernlinienverkehr in der Zukunft rückläufig entwickeln werden.

Wachstumspotential sehen die befragten Unternehmen insbesondere in den Zielgruppen Studenten, Familien und Singles. Eine weitere Marktkonzentration wird von 80% der Unternehmen nicht erwartet.

Teilweise wird befürchtet, dass aufgrund günstigerer Personalkosten vermehrt osteuropäische Subunternehmen im Fernlinienverkehr eingesetzt werden könnten.

## Fazit:

2022 war für die gesamte Busbranche ein dramatisches Krisenjahr. Von den coronabedingten Auswirkungen wurde der Gelegenheitsverkehr wie kaum ein anderer Wirtschaftszweig betroffen. Der Großteil der befragten Unternehmen geht davon aus, dass die Corona-Pandemie auch nach Ende aller Einschränkungen weiterhin negative wirtschaftliche Auswirkungen entfalten wird.

Der extreme Dieselpreis und der steigende Fahrpersonalmangel sind und bleiben die größten Herausforderungen der Branche.

Insbesondere der Fahrpersonalmangel hat bereits dazu geführt, dass über 95% der privaten ÖPNV-Unternehmen ihr Angebot ausdünnen mussten. Die extreme Dieselpreisentwicklung traf den ÖPNV am schwersten. Hier gaben fast 90% der Unternehmen an, dass sie mit deutlichen oder existenziellen Auswirkungen zu kämpfen hätten. In der Bustouristik lag dieser Wert bei über 85% und im Fernlinienverkehr bei 80%.

Die Reiseanbieter:innen mussten sinkende Reisegastzahlen verbuchen. Gleichzeitig stieg in diesem Segment die Unsicherheit der Gäste bei der Buchung von Pauschalreisen aufgrund möglicher Insolvenzen.

Auch wenn sich die allgemeine Geschäftslage in 2022 in allen Segmenten leicht verbessert hat, geben im Vergleich zum Vorjahr immerhin noch ein Viertel des Gelegenheitsverkehrs, ein Drittel der privaten ÖPNV-Unternehmen und weit über die Hälfte der Unternehmen im Fernlinienverkehr eine ungünstigere wirtschaftliche Situation an.

Die Hälfte der deutschen Busbranche erwartet für 2023 grundsätzlich eine gleichbleibende Geschäftslage. Bei den Unternehmen, die von einer ungünstigeren Entwicklung in 2023 ausgehen, fällt die Bewertung in den einzelnen Segmenten leicht differenzierter aus. Im Gelegenheitsverkehr ist das fast ein Viertel, im ÖPNV und im Fernlinienverkehr hingegen jeweils knapp ein Drittel der Unternehmen.

Aber alle Prognosen für 2023 werden, insbesondere für den ÖPNV, durch das Deutschlandticket ab Mai in Frage gestellt sein. Die damit verbundene Reform des Öffentlichen Nahverkehrs wird zu einem Strukturwandel ungeahnten Ausmaßes führen, der zum Zeitpunkt der Umfrage bzw. der Veröffentlichung dieser Publikation noch völlig unklar ist insbesondere, weil weder Bund noch Länder eine Tarifvorgabe für das Deutschlandticket übernehmen wollen. Aber genau die ist für die Busbranche existenziell, ebenso wie die Zusage einer langfristigen Finanzierungssicherheit, einer dauerhaften Nachschusspflicht und einem verbindlichen Rechtsanspruch, der den Ausgleich der Einnahmeverluste der Unternehmen gesetzlich regelt und sicherstellt. Auch ist noch vollkommen offen, wie sehr der Gelegenheits- und der Fernlinienverkehr durch das Deutschlandticket betroffen sein werden. Hier ist davon auszugehen, dass es zu massiven Einbrüchen bei den Fahrgastzahlen kommen wird.

Ohne verlässliche politische Unterstützung und konkrete Hilfen, werden die horrenden Energiepreise und der akute Fahrermangel die Busbranche und damit die Verkehrswende ohnehin bald zum Stillstand bringen.

## bdo-SONDERABFRAGE: DIE FOLGEN DER CORONA-KRISE UND DIE AKTUELLE PERSPEKTIVE

### Wie lange werden die wirtschaftlichen Folgen der Corona-Pandemie Ihr Unternehmen auch nach Ende aller Einschränkungen im öffentlichen Leben voraussichtlich noch weiter negativ beeinflussen?

Über ein Drittel geht von einem negativen Einfluss in den nächsten zwei Jahren aus (35%).

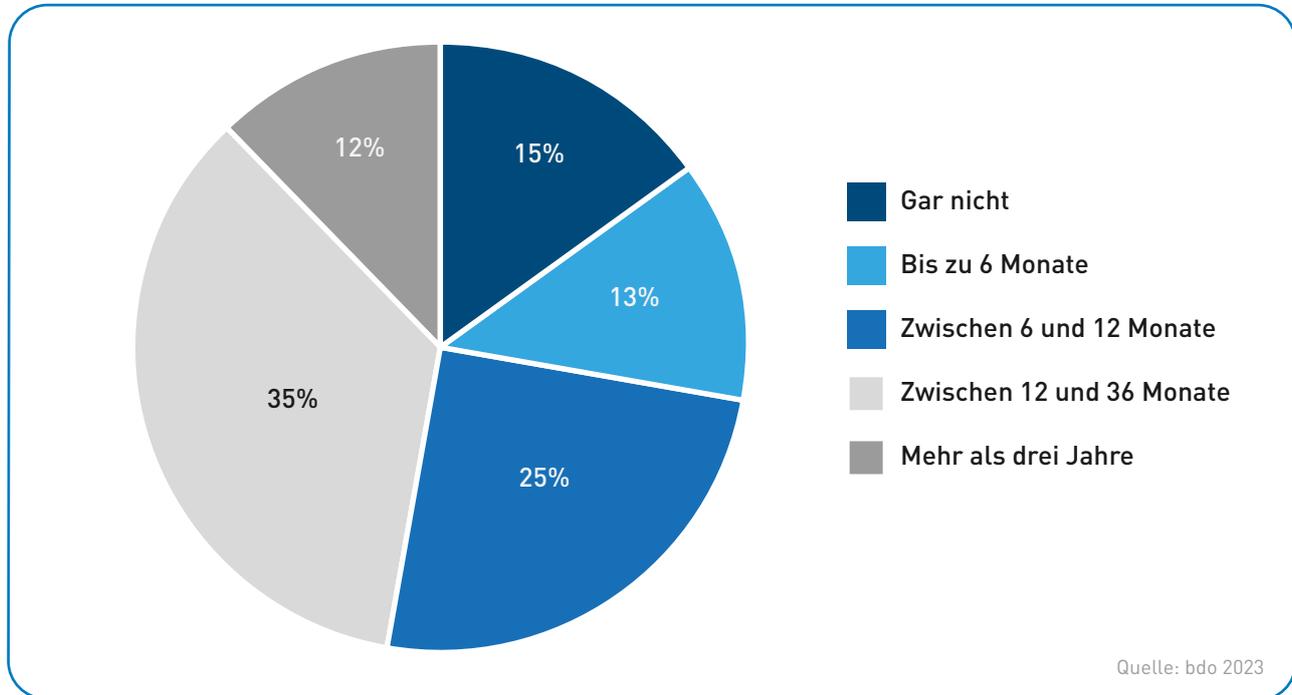


Abb. 1: Corona-Pandemie – Voraussichtliche Dauer der negativen wirtschaftlichen Folgen

### Mit welcher Entwicklung bei den Fahrgastzahlen/Kunden rechnen Sie für die Zeit nach Eindämmung der direkten Gesundheitsgefahren der Corona-Pandemie?

Fast 40% rechnen mit einer langsamen Erholung und bleibenden leichten Verlusten der Fahrgastzahlen.

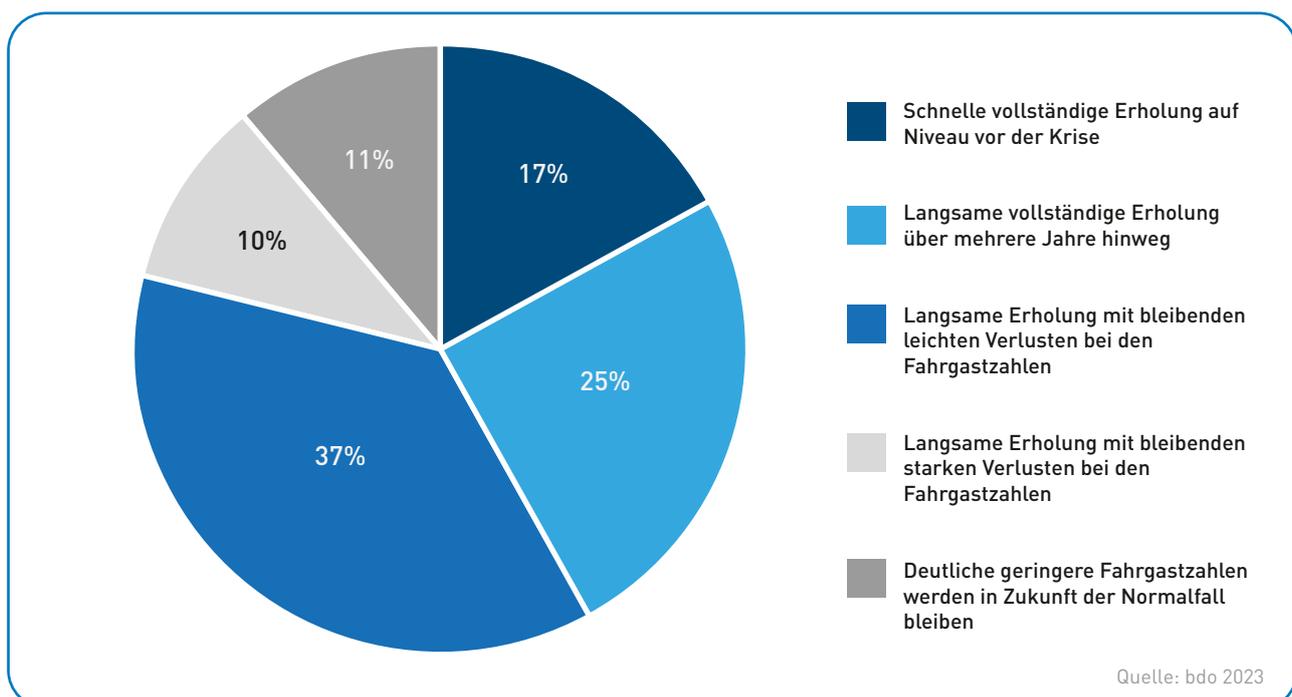


Abb. 2: Corona-Pandemie – Entwicklung der Fahrgastzahlen nach Eindämmung

### Mit Blick auf die kommenden 12 Monate: Wieviel Prozent Ihres Vorkrisengeschäfts glauben Sie nach jetzigem Stand in diesem Zeitraum noch erreichen zu können?

Die Mehrheit glaubt, in den nächsten 12 Monaten zwischen 60% bis 100% des Vorkrisengeschäfts erreichen zu können (66%).

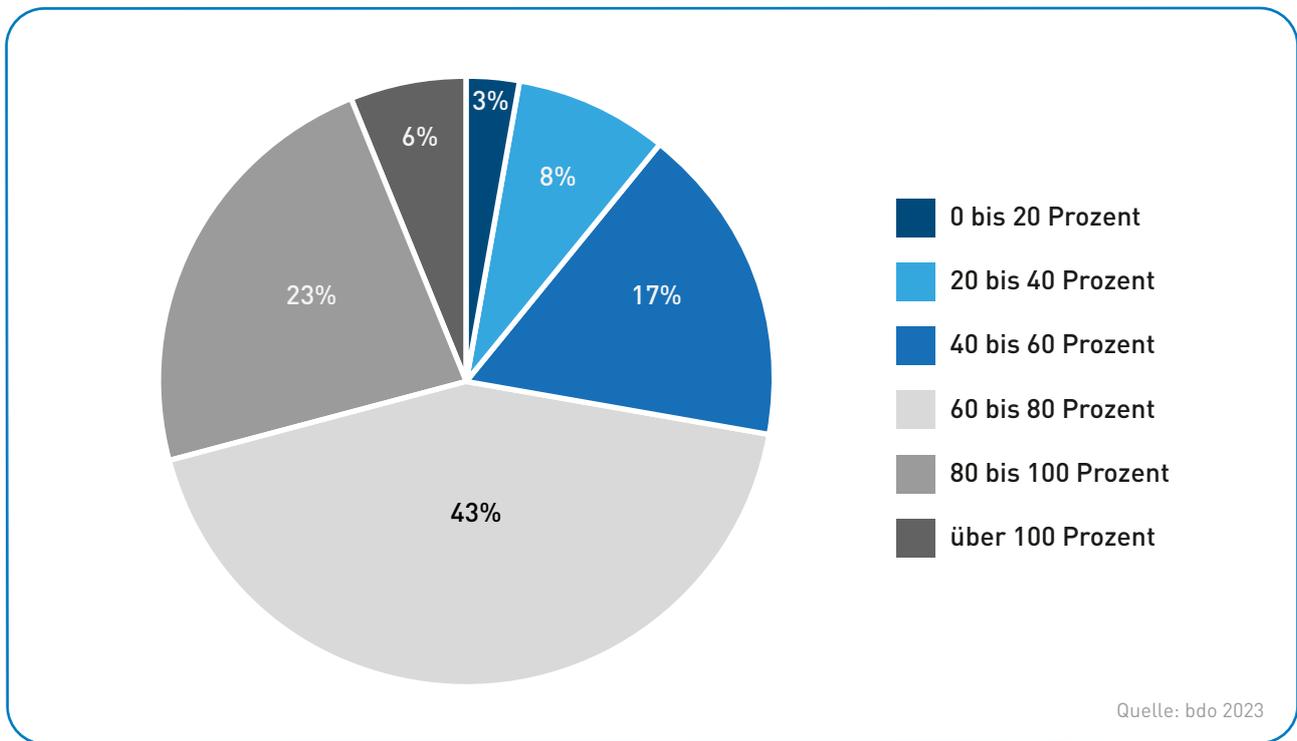


Abb. 3: Blick auf die kommenden 12 Geschäftsmonate

### Mit Blick auf die kommenden 24 Monate: Wieviel Prozent Ihres Vorkrisengeschäfts glauben Sie nach jetzigem Stand in diesem Zeitraum noch erreichen zu können?

In den nächsten zwei Jahren prognostiziert ein Drittel (30%), eine Erholung zwischen 80% und 100% zu Ihrem Vorkrisengeschäfts zu erreichen.

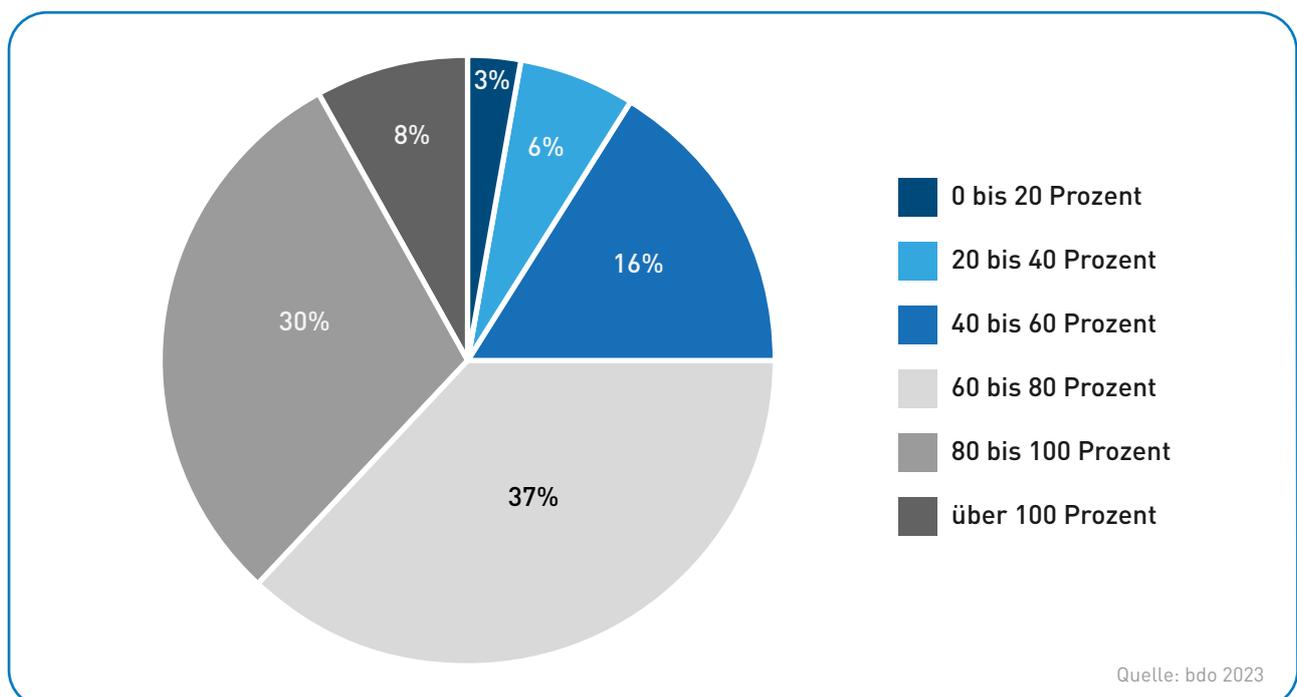


Abb. 4: Blick auf die kommenden 24 Geschäftsmonate

### Wie zufrieden sind Sie mit der Unterstützung durch die Bundesregierung in der Corona-Krise?

Die Mehrheit ist weitestgehend zufrieden mit der Unterstützung durch die Bundesregierung (77%).

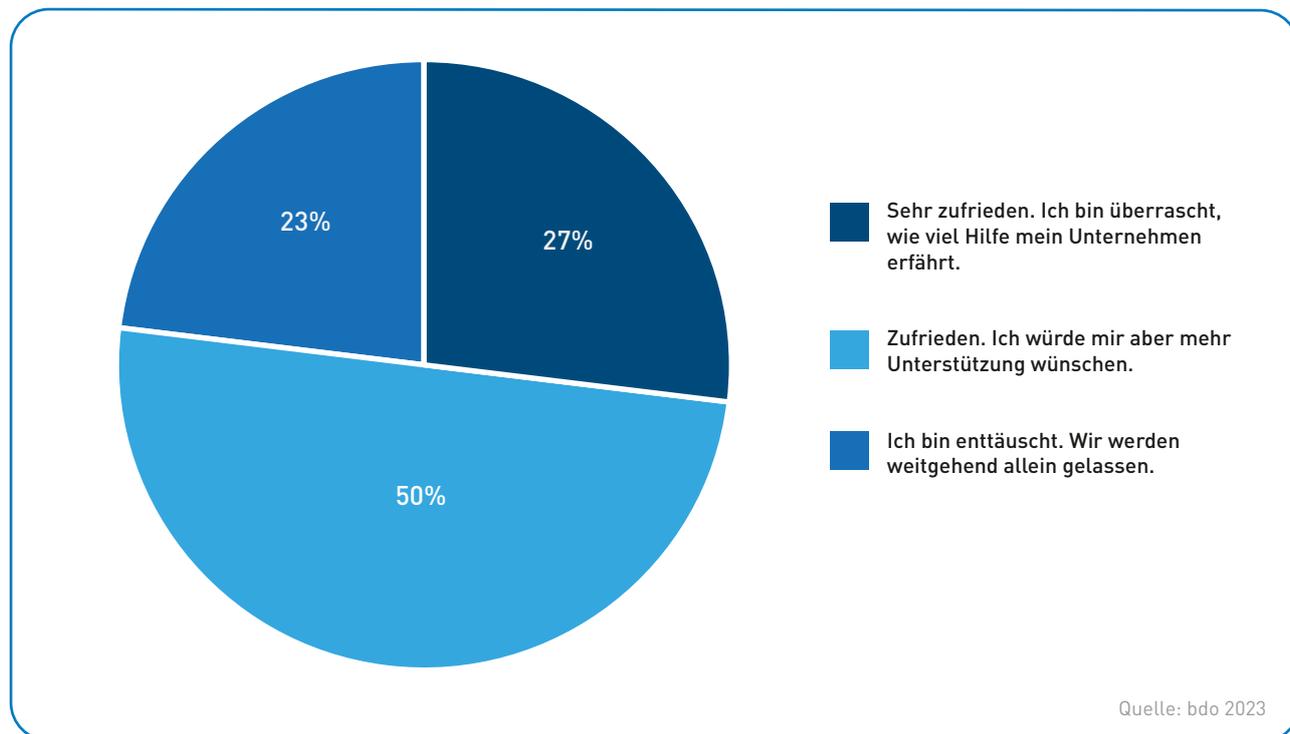


Abb. 5: Zufriedenheit mit der Bundesregierung in der Corona-Krise

### Wie zufrieden sind Sie mit der Unterstützung durch Ihr Bundesland in der Corona-Krise?

Ein Drittel ist mit der Unterstützung durch ihr Bundesland unzufrieden (30%).

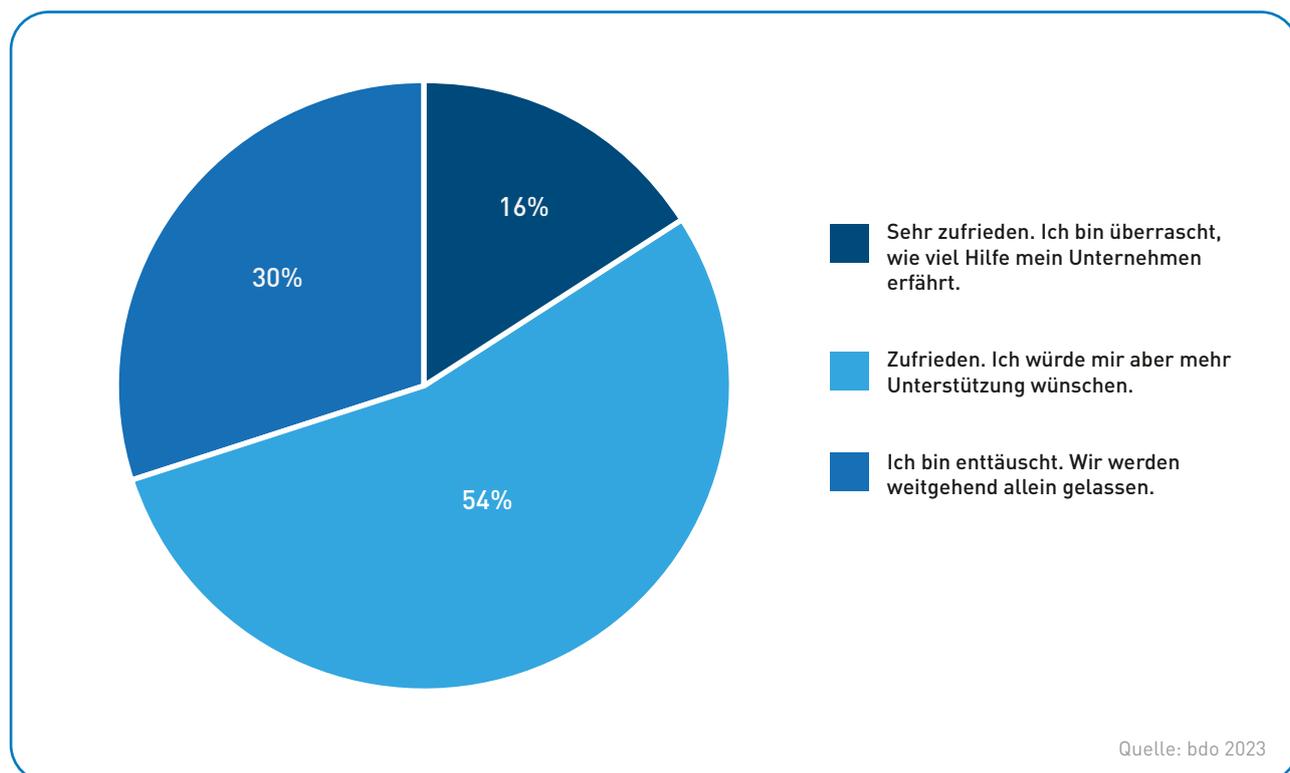


Abb. 6: Zufriedenheit mit der Landesregierung in der Corona-Krise

### 1. BUSTOURISTIK/GELEGENHEITSVERKEHR

#### Wie hat sich 2022 im Vergleich zum Vorjahr 2021 die Geschäftslage im Tourismus/Gelegenheitsverkehr entwickelt?

Nach drei Jahren schätzt eine merkbare Mehrheit der Unternehmen die Geschäftslage günstiger ein (60%).

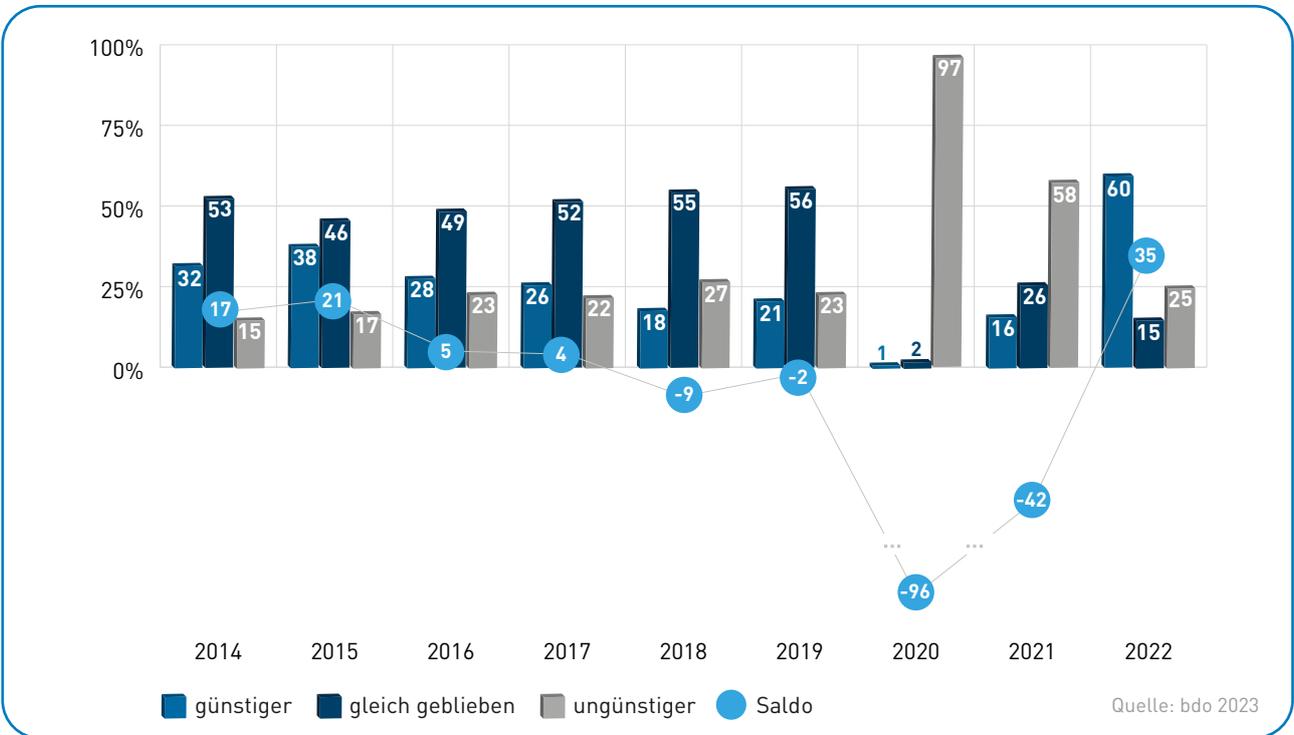


Abb. 7: Tourismus/Gelegenheitsverkehr – Beurteilung der Geschäftslage

#### Wie hat sich 2022 im Vergleich zum Vorjahr 2021 der Umsatz im Tourismus/Gelegenheitsverkehr entwickelt?

Mit steigender Umsatzentwicklung in den Unternehmen entwickelt sich auch der Saldo positiv (43 Prozentpunkte).

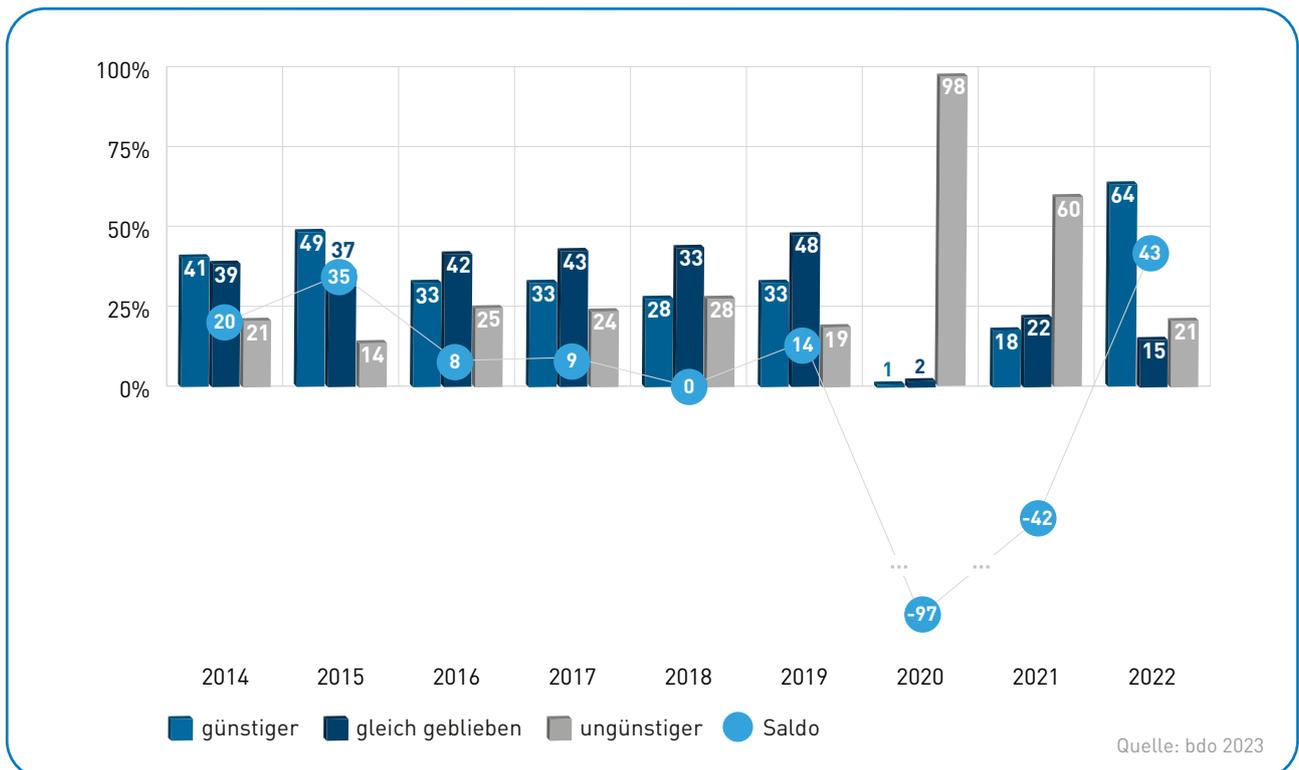


Abb. 8: Tourismus/Gelegenheitsverkehr – Beurteilung der Umsatzentwicklung

### Wie hat sich 2022 im Vergleich zum Vorjahr 2021 der Gewinn im Tourismus/Gelegenheitsverkehr entwickelt?

Mit einer klaren Verbesserung verzeichnen weitaus weniger Unternehmen gegenüber den letzten zwei Jahren Verluste (38 %).

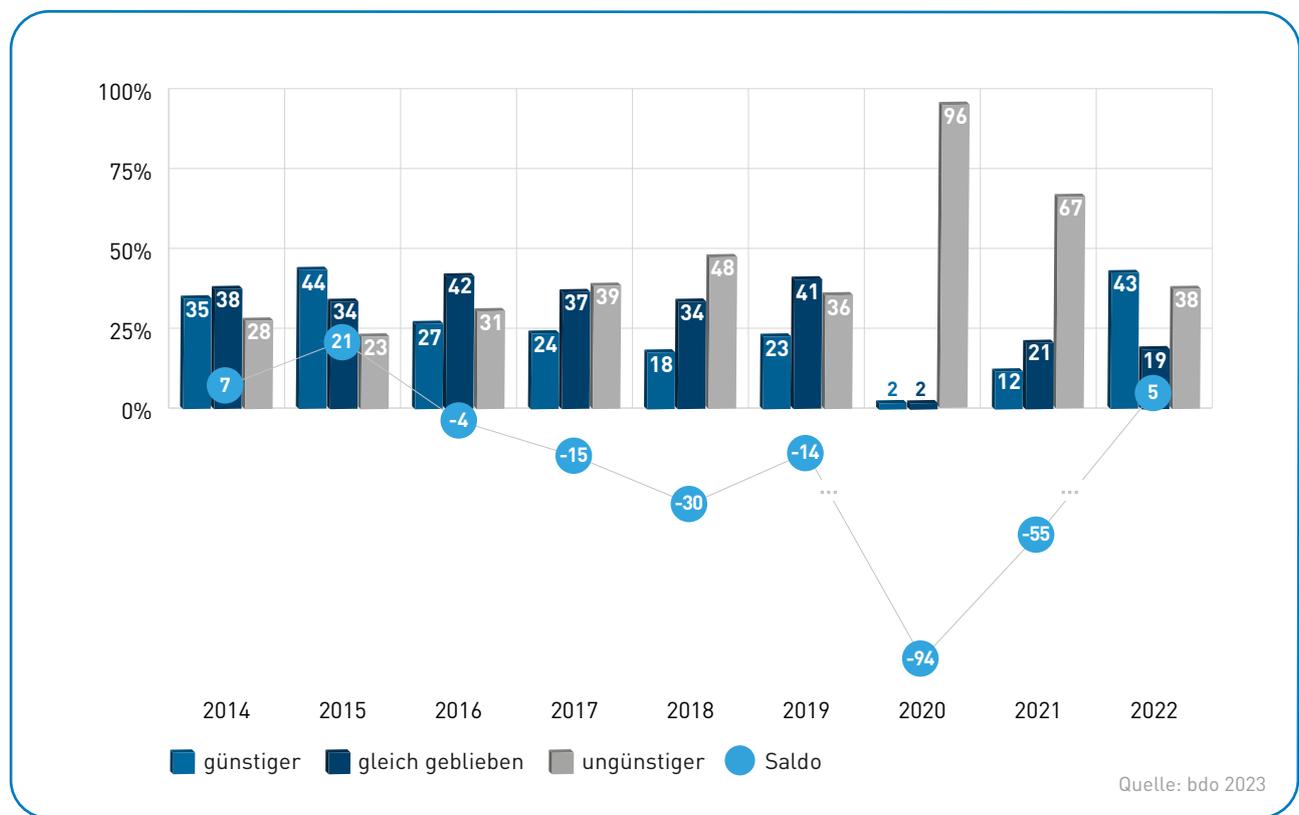


Abb. 9: Tourismus/Gelegenheitsverkehr – Beurteilung der Gewinnentwicklung

### Verschiedene Marktsegmente

## Wie hat sich 2022 im Vergleich zum Vorjahr 2021 der Mietomnibusverkehr im Tourismus/Gelegenheitsverkehr entwickelt?

Die Unternehmen verzeichnen einen Aufschwung bei den Mietomnibusverkehren (51%).

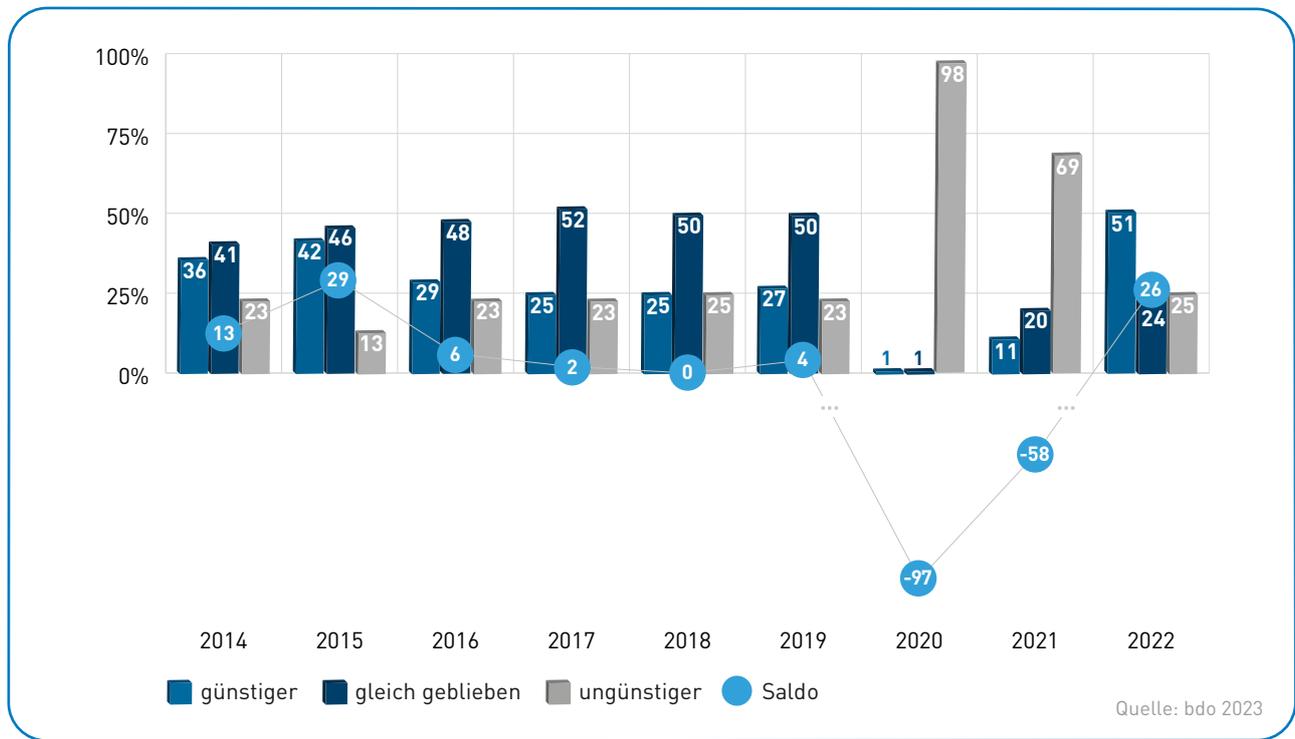


Abb. 10: Tourismus/Gelegenheitsverkehr – Beurteilung des Mietomnibusverkehrs

## Wie haben sich 2022 im Vergleich zum Vorjahr 2021 die eigenveranstalteten Reisen im Tourismus/Gelegenheitsverkehr entwickelt?

Die eigenveranstalteten Busreisen entwickeln sich zusehends besser (39%).

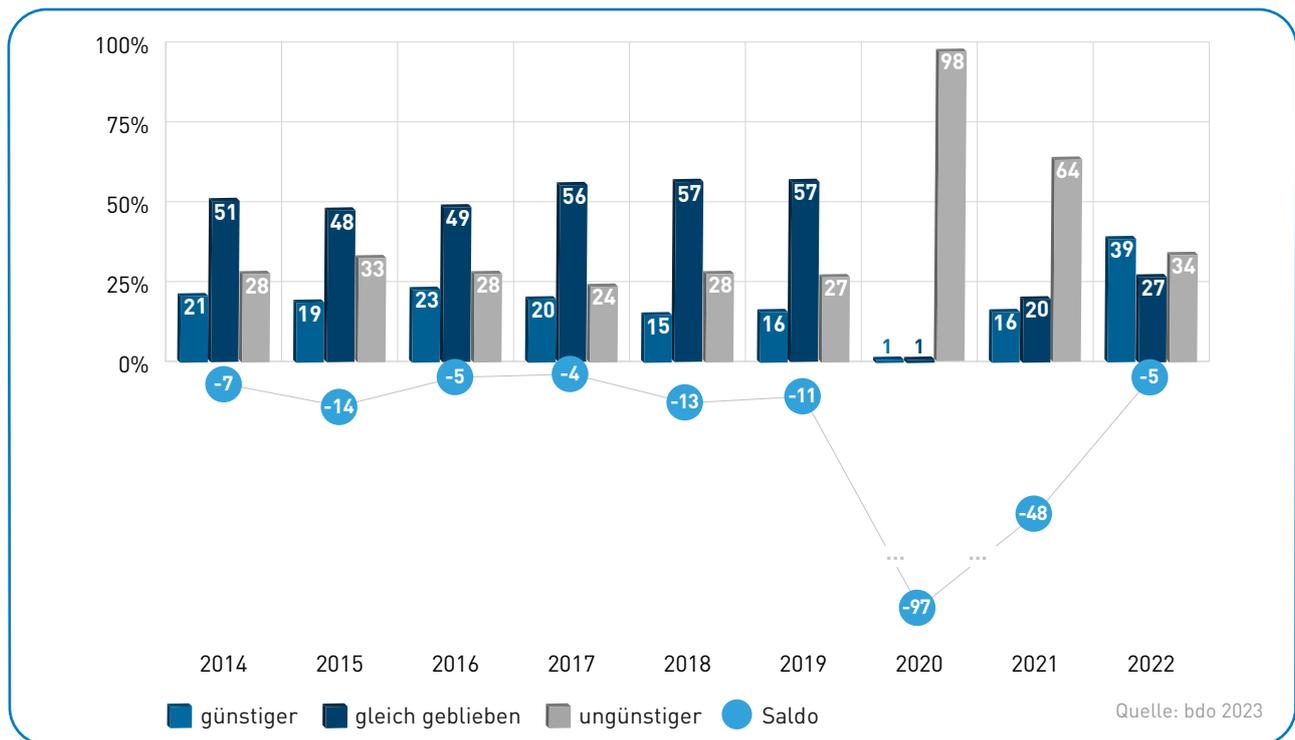


Abb. 11: Tourismus/Gelegenheitsverkehr – Beurteilung der eigenveranstalteten Reisen

### Wie haben sich 2022 im Vergleich zum Vorjahr 2021 die Tagesausflugsverkehre im Tourismus/Gelegenheitsverkehr entwickelt?

Fast ein Drittel bewertet den Tagesausflugsverkehr weiterhin negativ (29%).

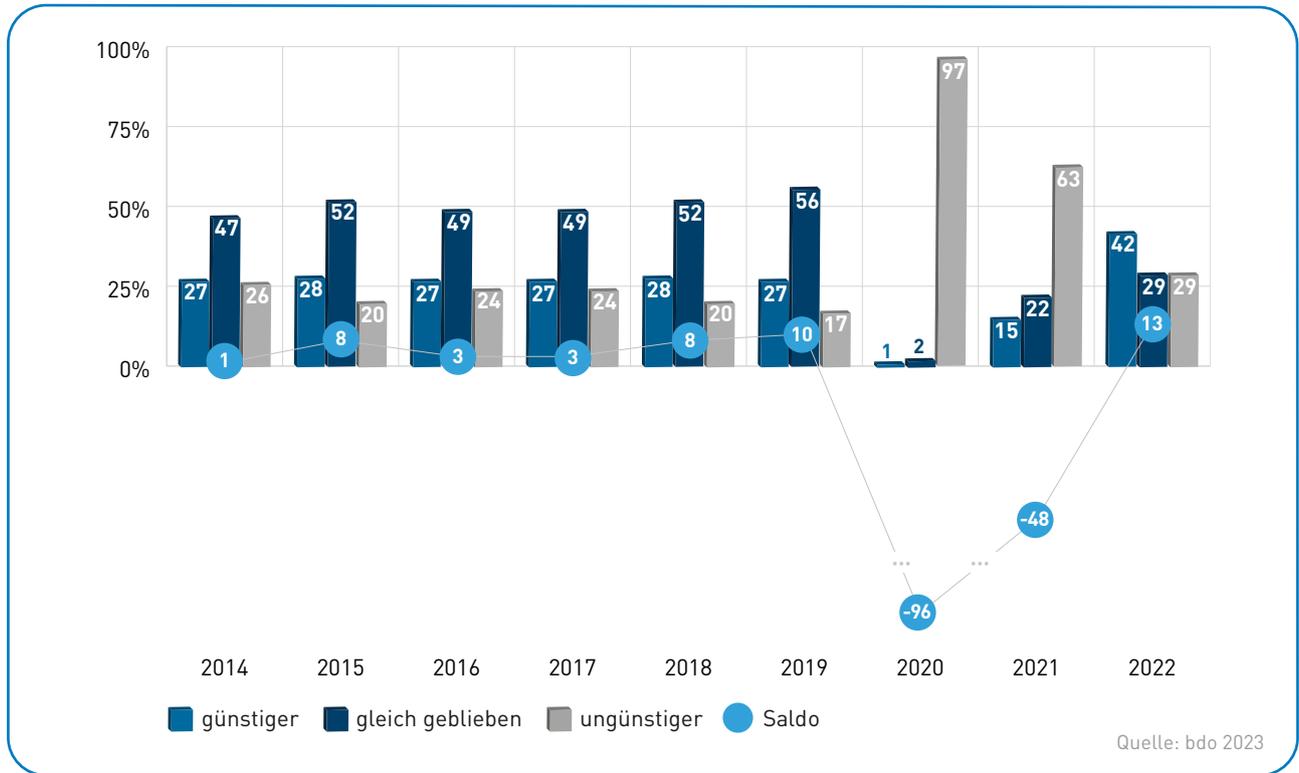


Abb. 12: Tourismus/Gelegenheitsverkehr – Beurteilung des Tagesausflugsverkehrs

### Buchungszahlen

#### Wie haben sich 2022 im Vergleich zum Vorjahr 2021 die Buchungszahlen im Inland im Tourismus/Gelegenheitsverkehr entwickelt?

Die Buchungszahlen im Inland entwickeln sich trendgemäß weiter positiv (42%).

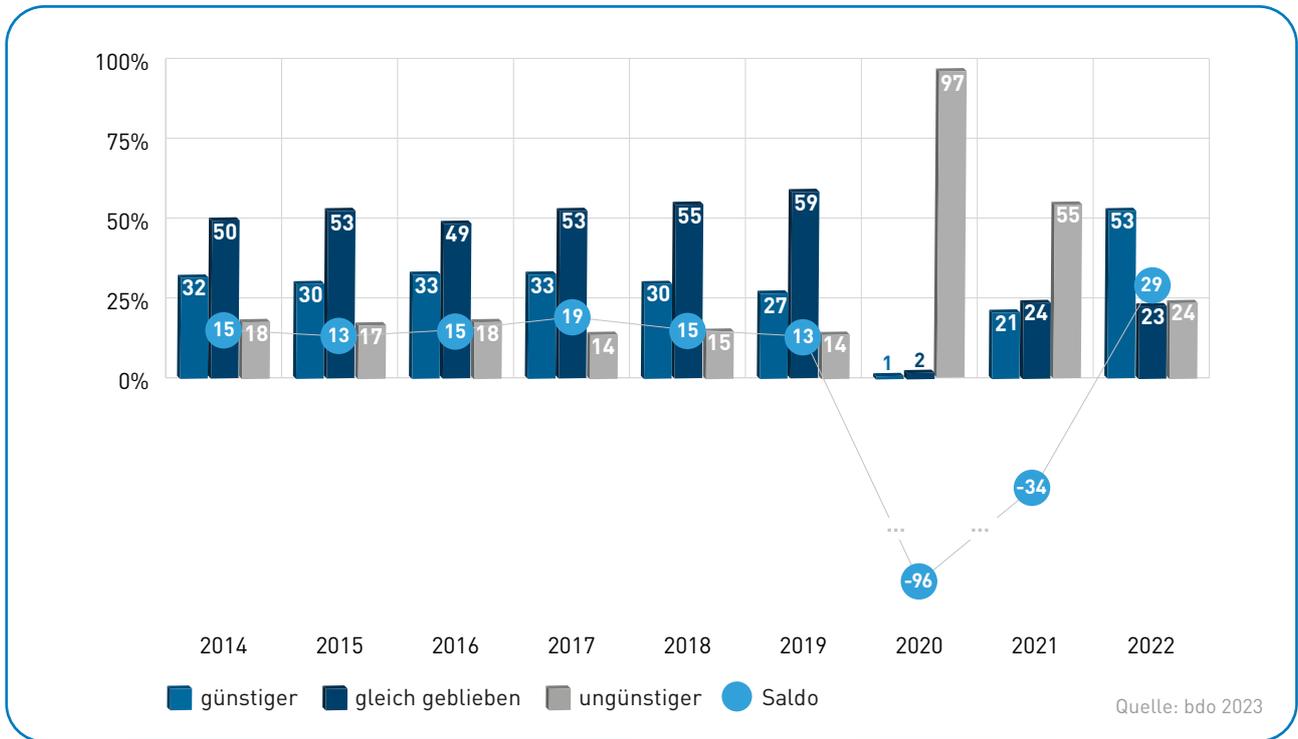


Abb. 13: Tourismus/Gelegenheitsverkehr – Beurteilung der Buchungszahlen im Inland

#### Wie haben sich 2022 im Vergleich zum Vorjahr 2021 die Buchungszahlen im Ausland im Tourismus/Gelegenheitsverkehr entwickelt?

Die Buchungszahlen für Reisen ins Ausland sind nach wie vor verhalten (44%), erholen sich aber stetig.

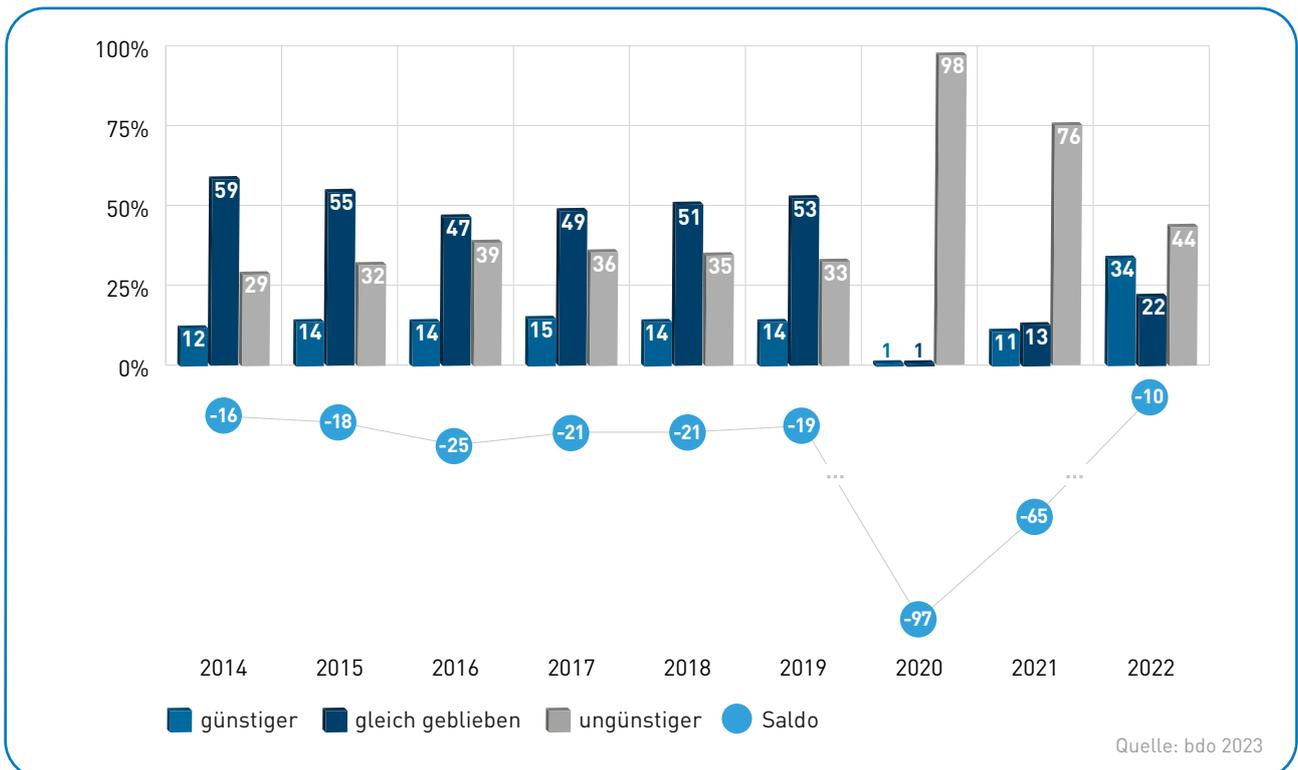


Abb. 14: Tourismus/Gelegenheitsverkehr – Beurteilung der Buchungszahlen ins Ausland

### Trends im Bustourismus

#### Was ist/sind Ihre Hauptzielgruppe/n im Bereich Tourismus/Gelegenheitsverkehr?

Die Best Ager/Senioren bleiben mit Abstand die Hauptzielgruppe der touristischen Betriebe (89%).

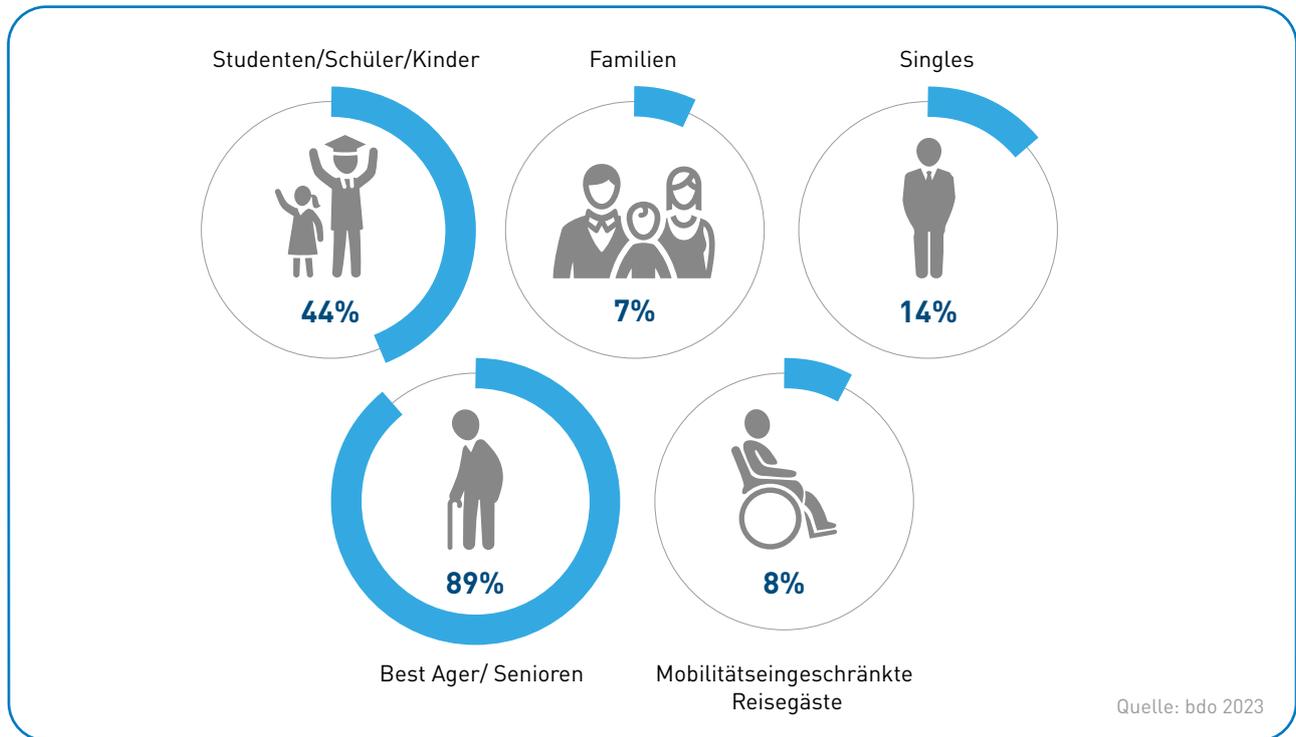


Abb. 15: Tourismus/Gelegenheitsverkehr – Hauptzielgruppe/n

#### Bei welcher/n Zielgruppe/n sehen Sie zukünftig noch Potenzial im Bereich Tourismus/Gelegenheitsverkehr?

Nach den Best Agern/Senioren (80%) sehen die Unternehmen auch in den Studenten und Schülern (40%) zukünftig das größte Potential.

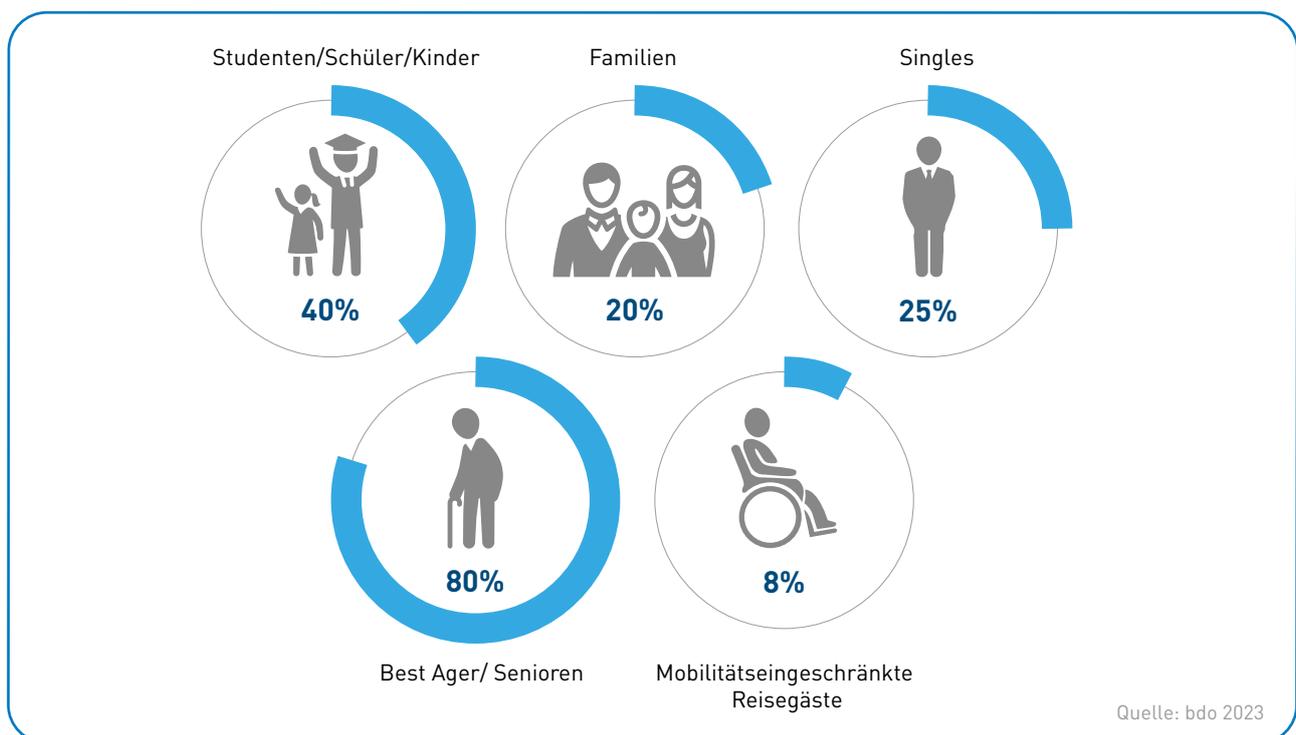


Abb. 16: Tourismus/Gelegenheitsverkehr – Zielgruppe/n mit Potenzial

## Zukunftstrends in der Bustouristik/im Gelegenheitsverkehr

Wie bereits in den letzten Jahren äußern die Befragten sich zu möglichen Zukunftstrends in der Bustouristik. Die große Mehrheit der Reisebusbranche geht zukünftig nicht davon aus, dass die **eigenveranstalteten Busreisen** zunehmen werden. Lediglich **14%** können hierbei einen Trend entdecken. Immerhin fast ein Drittel der Unternehmen (**28%**) rechnet mit einer **Zunahme im Anmietverkehr**. Die Buchungen der Reisen konzentrieren sich künftig beim Großteil der Befragten **innerhalb Deutschlands (2021: 79%; 2022: 65%)**. Während die **Auslandsreisen** nur für **10%** der Unternehmen von Bedeutung sind. Hinsichtlich der Reisedauer liegt der Fokus der deutschen Bustouristik auch in absehbarer Zukunft auf den **Kurz- und Tagesreisen (2020: 69%; 2021: 79%; 2022: 75%)**.

Bei Betrachtung der einzelnen Themenschwerpunkte der Reiseangebote, wächst das Potenzial für die **Eventreisen (2020: 19%; 2021: 17%; 2022: 25%)**. Während die **Aktivurlaubsreisen** stetig an Relevanz verlieren (**2020: 25%; 2021: 23%; 2022: 17%**). Darauf folgt der **Gesundheitstourismus** mit **15%** und scheint zusehends, dem Abwärtstrend des Vorjahres zu folgen (**2020: 24%; 2021: 20%**). Auch die **Luxusreisen** spielen zukünftig nur für einen marginalen Anteil der Befragten eine Rolle (**2020: 13%; 2021: 13%; 2022: 12%**). Das Schlusslicht bilden mit 3% weiterhin die **Familienurlaubsreisen (2020: 5%; 2021: 4%)**.

Die Mehrheit der touristischen Busunternehmen rechnet zukünftig nach wie vor mit **sinkenden Fahrgastzahlen (2021: 68; 2022: 62%)**. Über die Hälfte ist auf eine **steigende Anzahl von plötzlichen Stornierungen durch eine steigende Krisengefahr** eingestellt (**57%**). **40%** der Befragten prognostizieren außerdem **steigende Unsicherheiten seitens der Gäste bei der Buchung aufgrund eines möglichen Infektionsrisikos**. Ausschließlich **12%** der Befragten sind optimistisch und erwarten eine **steigende Kundenanzahl**.

Hinsichtlich des Marktes für alternative Antriebe, sind sich die Unternehmen wie im Vorjahr einig, und zweifeln an der Möglichkeit, **alternative Antriebe wirtschaftlich zu betreiben (2021: 94%, 2022: 94%)**. Es benötigt zukünftig eine **bessere Förderung bei der Busanschaffung (75%)**, denn **57%** sind der Meinung, dass die aktuelle **finanzielle Förderung** für moderne Fahrzeugflotten **nicht ausreichend mittelfreundlich ausgestaltet** ist. Zusätzlich bedarf es einer **besseren Verfügbarkeit einer Ladeinfrastruktur (60%)** und es mangelt nach wie vor für **84%** an den passenden **Fahrzeugen am Markt**.

Trotz dessen ist das Thema Nachhaltigkeit für die Branche durchaus relevant. **50%** der Bustouristik achtet bereits auf eine **umweltschonende Programmplanung**. Die Befürchtungen hinsichtlich eines Problems mit **Overtourism-Destinationen** (z.B. durch unzufriedene Gäste, Preissteigerung, verstopfte Straßen, etc.) steigen langsam von Jahr zu Jahr (**2020: 27%; 2021: 30%; 2022: 32%**).

Dass die Nachfrage nach **digitalen Angeboten**, wie z. B. High-Speed-Internet an Bord, Streamingangeboten etc. weiterhin kein Zukunftstrend zu sein scheint, denken rund **94%** der Unternehmen.

## Herausforderungen in der Bustouristik/im Gelegenheitsverkehr

In Anbetracht der derzeitigen Umfrageergebnisse steht die mittelständische Bustouristik weiterhin vor zahlreichen Herausforderungen. Die **Bürokratie bzw. der administrative Aufwand** birgt für **76%** immense Herausforderungen. Aufgrund dessen wirkt sich dies seit Jahren für die Mehrheit der Befragten auf die **Destinationswahl bei der Konzipierung einer Reise beziehungsweise Reiseroute** aus (**2020: 82%; 2021: 83%; 2022: 80%**). Beispielhaft hierfür sind die steigenden Einfahrtsgebühren in Städten oder unklare Auslegungen der Entsenderegelungen in den Ländern. Hinzu kommt die **Ausweitung der Dieselfahrverbote** in den Städten, welche **55%** beschäftigen.

Die **komplizierten und unterschiedlichen Regelungen zur Mehrwertsteuer** im europäischen Ausland belastet die Busunternehmen zusehends (**2020: 56%; 2021: 55%; 2022: 64%**). Große Bedenken äußern die Unternehmen auch bei den derzeitigen **Sozialvorschriften (36%)**. Dafür ist die Sorge vor der Einführung einer Busmaut deutlich gesunken (**2021: 87%, 2022: 53%**).

2022 stiegen mit dem Ukrainekrieg zahlreiche Preise und die Inflationsrate. Mit **75%** sieht die klare Mehrheit in den **steigenden Energiepreisen** eine Herausforderung. Vor allem der gestiegene **Dieselpreis** hat für **85% deutliche bis existenzielle Auswirkungen** auf ihr Geschäft. Diese Situation wird deutlich verschärft, da gemäß **98%** der Befragten auch in den **kommen den 5 Jahren die Dieselfahrzeuge im Betrieb nicht vollständig und gleichwertig ersetzt** werden können.

Die Inflationsrate, die beispielhaft im September 2022 mit 10% einen neuen Höchststand erreichte, führte bei **87%** der Reisebusunternehmen zu einer spürbaren **Reduzierung der Buchungen**. Bei knapp einem Drittel der Befragten wurden Fahrten gebucht, allerdings lag der Fokus auf dem **günstigeren Segment (28%)**. **25%** haben trotz Inflationsanstieg **keine Veränderung** vernommen.

Neben den steigenden Preisen, spielt vor allem der **Fahrpersonalmangel** in der Bustouristik eine immer größere Rolle. **80%** der Unternehmen geben an, dass bei Ihnen ein Mangel vorherrscht (**2020: 50%; 2021: 59%**). Dieser ist für **36% seit 12 Monaten unverändert**, hat aber für **29% deutlich zugenommen**. Deshalb müssen **90%** der Unternehmen **bestehende Kundenanfragen ablehnen** und ein Drittel (34%) kann **geplante Verkehre nicht durchführen**. Außerdem fehlt es in einem Drittel der Branche zusätzlich auch an **Personal in z. B. der betriebseigenen Werkstatt, in der Verwaltung oder im Vertrieb im Reisebüro (32%)**.

Wenn man den Wettbewerb auf dem Mobilitätsmarkt betrachtet, sieht die Bustouristik mit **34%** den **Wettbewerb mit der Bahn** und dem damit einhergehenden Preisdumping zukünftig als Herausforderung. Auch der **Wettbewerb mit dem Flugzeug** und sogenannten „Billigfliegern“ ist für immerhin **25%** der Unternehmen künftig ein Thema. Während eine Konkurrenzsituation durch **Anbieter:innen neuer digitaler Mobilitätsleistungen** nur rund **7%** der Befragten beschäftigt.

Zur Stabilisierung des öffentlichen Personenverkehrs mit Bussen wird gemäß der Mehrheit der Befragten ein **klares Bekenntnis der Politik zum Bus und seiner Bedeutung für die Verkehrswende (52%)** benötigt. Als zusätzliches Instrument kann auch der **Bürokratieabbau** für rund **19%** diese Stabilisierung unterstützen.

### Wie schätzen Sie die allgemeine Geschäftslage im Tourismus/Gelegenheitsverkehr für 2023 im Vergleich zum Jahr 2022 ein?

Die Unternehmen sehen für 2023 keine Veränderung gegenüber dem Geschäftsjahr 2022.

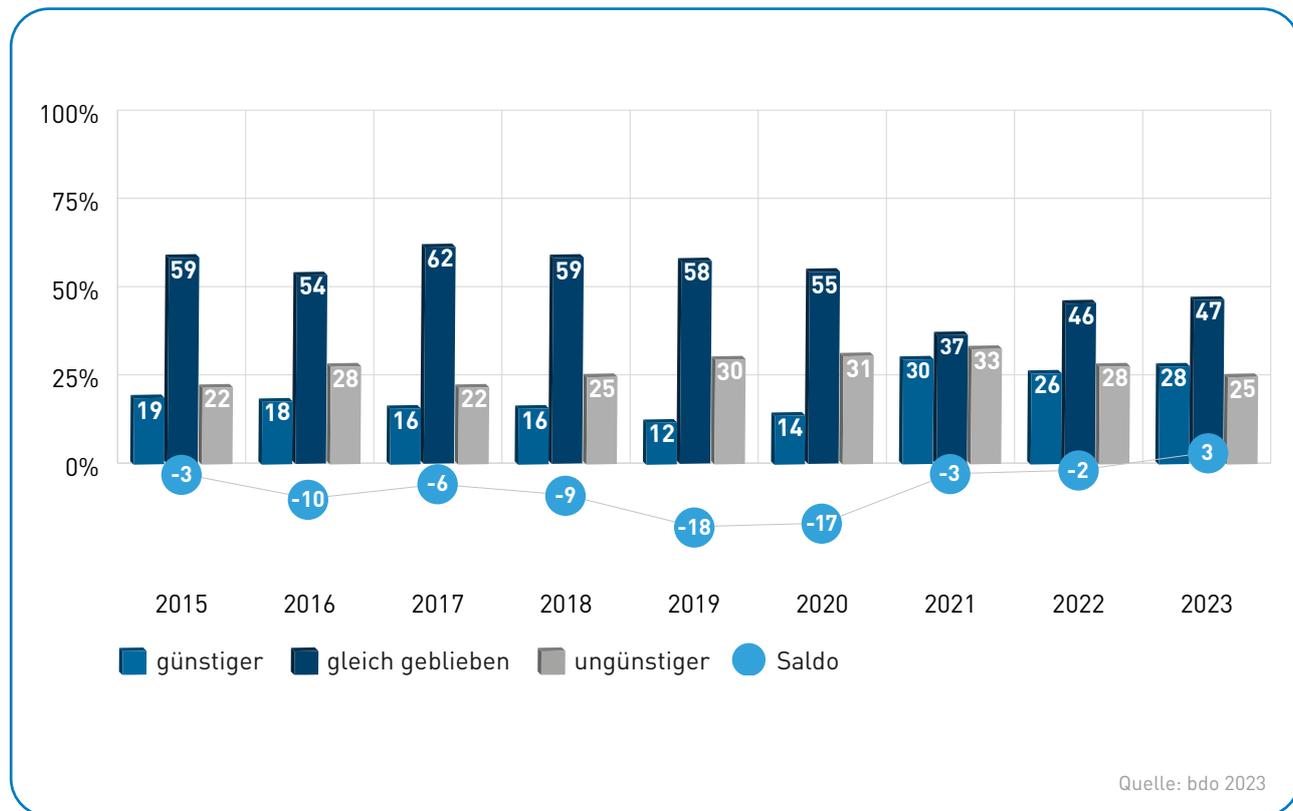


Abb. 17: Prognose 2023 zum Bustourismus

## 2. ÖFFENTLICHER PERSONENNAHVERKEHR

Wie bereits bei der letzten Befragung, haben auch dieses Mal zum größten Teil ÖPNV-Unternehmen, die als Subunternehmen tätig sind, an der bdo-Konjunkturumfrage teilgenommen (**54%**). **45%** verfügen über eine Konzession und **1%** führt den Betrieb mit einer eigenen Beteiligung.

### Wie hat sich 2022 im Vergleich zum Vorjahr 2021 die Geschäftslage im ÖPNV entwickelt?

Die Stimmung hellt sich auf, aber die große Mehrheit (72%) bleibt skeptisch und sieht keine Verbesserungen.

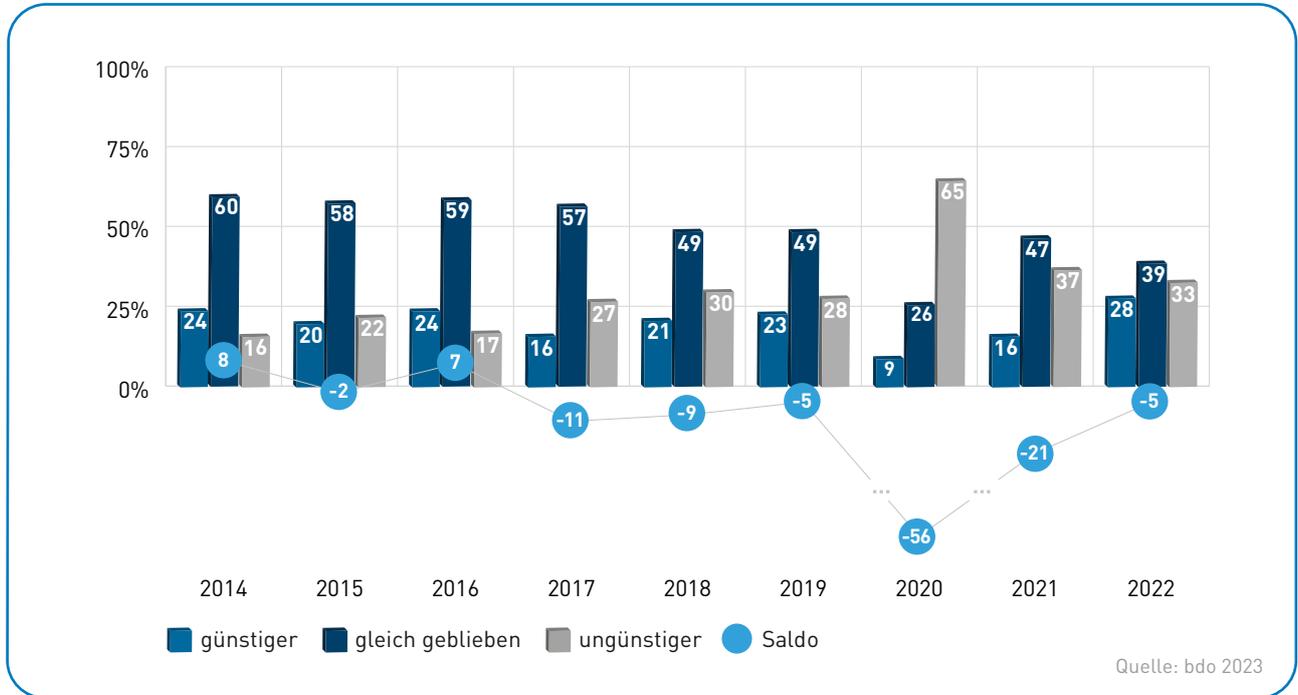


Abb. 18: ÖPNV – Beurteilung der Geschäftslage

### Wie hat sich 2022 im Vergleich zum Vorjahr 2021 der Umsatz im ÖPNV entwickelt?

Deutliche Steigerung bei der Umsatzentwicklung: Fast doppelt so viele Unternehmen bewerten 2022 besser als 2021 (37%).

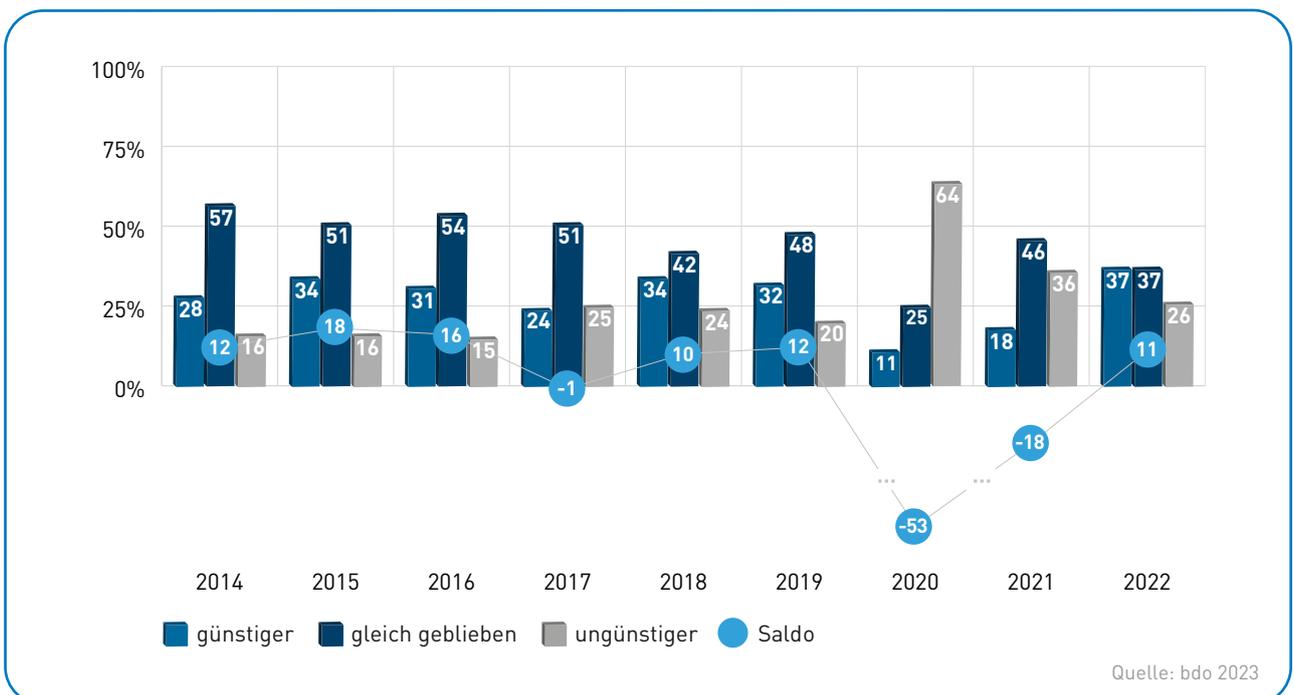


Abb. 19: ÖPNV – Beurteilung der Umsatzentwicklung

### Wie hat sich 2022 im Vergleich zum Vorjahr 2021 der Gewinn im ÖPNV entwickelt?

Die Gewinnentwicklung 2022 ist noch schlechter als 2021. Fast zwei Drittel (62%) bewerten das aktuelle Jahr ungünstiger.

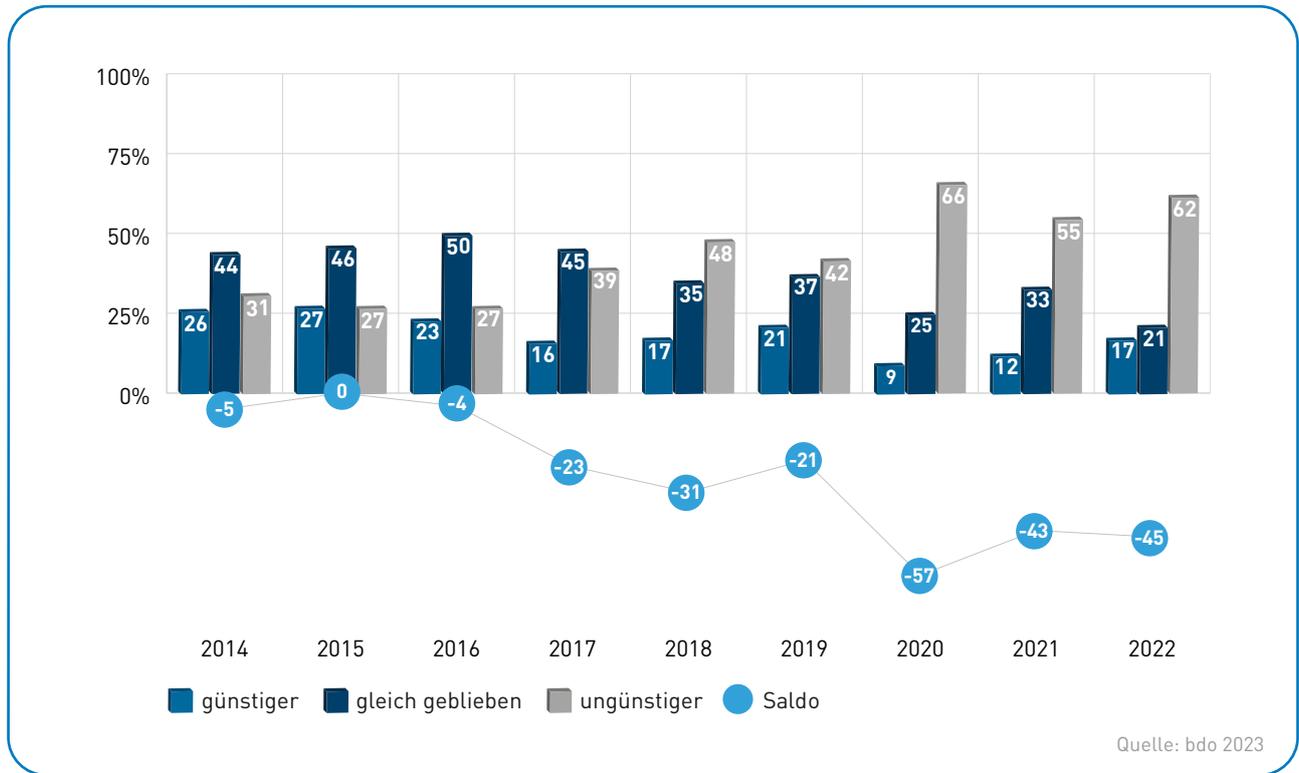


Abb. 20: ÖPNV – Beurteilung der Gewinnentwicklung

### Wie haben sich 2022 im Vergleich zum Vorjahr 2021 die Fahrgastzahlen im ÖPNV entwickelt?

Gegenüber 2021 bewerten fast drei Mal so viele Unternehmen die Entwicklung der Fahrgastzahlen als günstiger.

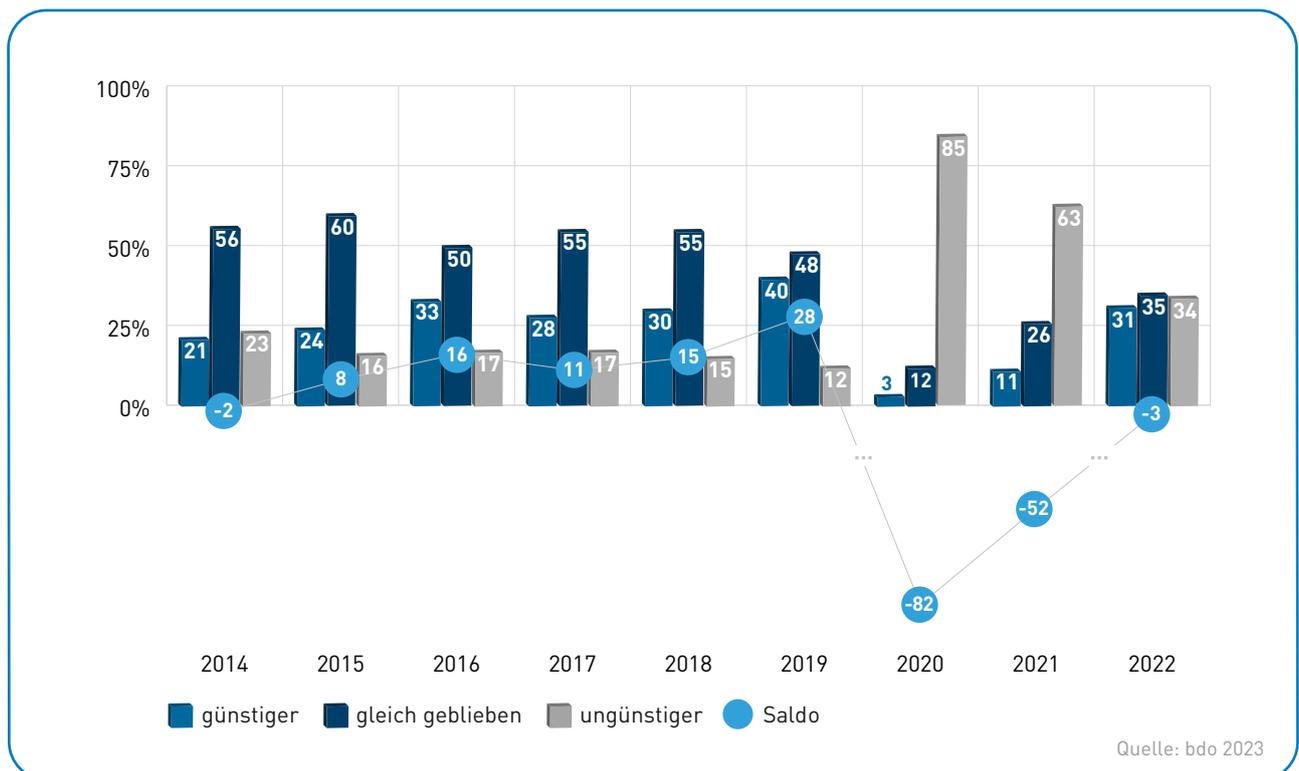


Abb. 21: ÖPNV – Entwicklung der Fahrgastzahlen

### Trends im ÖPNV

#### Was ist/sind Ihre Hauptfahrgastgruppe/n im Bereich Linienverkehr/ÖPNV?

Die Schüler und Studenten bleiben die Hauptzielgruppe (96%). Best Ager/Senioren legen deutlich zu (48%).

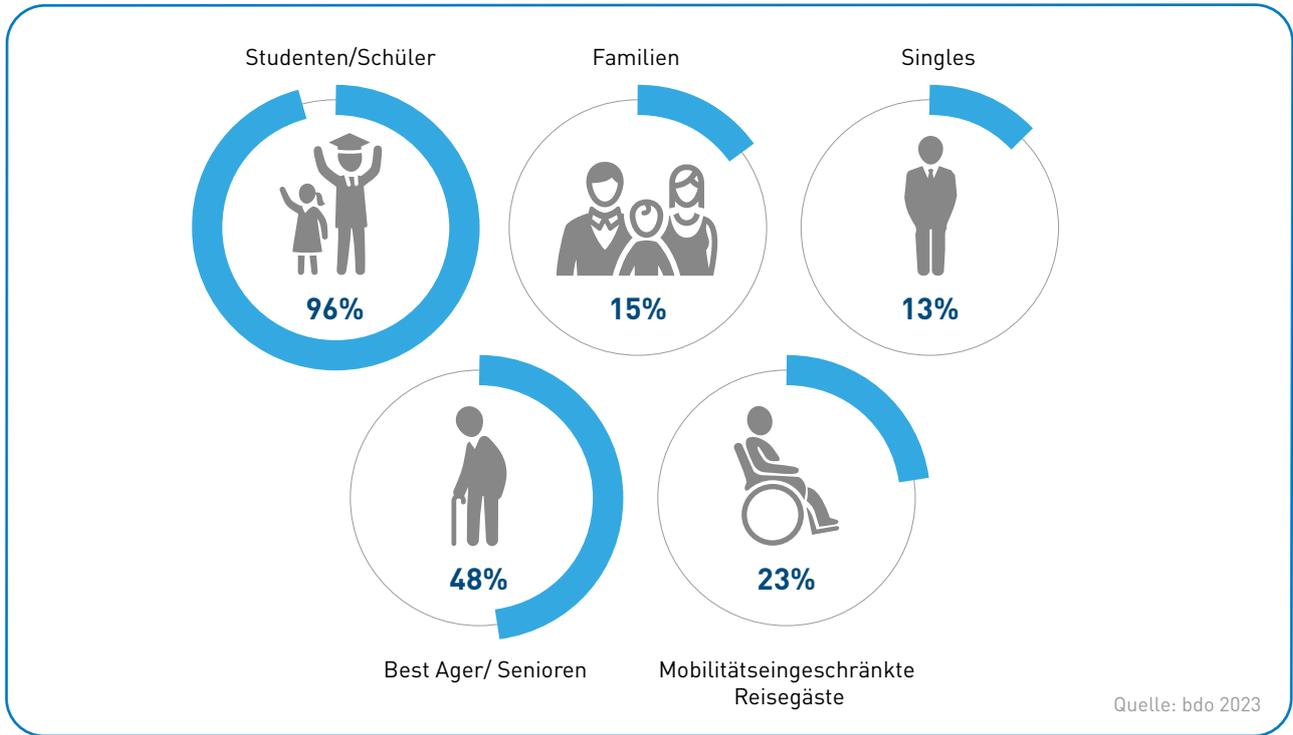


Abb. 22: ÖPNV – Hauptzielgruppe/n

#### Bei welcher/n Zielgruppe/n sehen Sie zukünftig noch Potenzial im Bereich Linienverkehr/ÖPNV?

Keine Veränderungen bei den Zielgruppen mit Potenzial. Die Studenten und Schüler bleiben auch hier Spitzenreiter (62%).

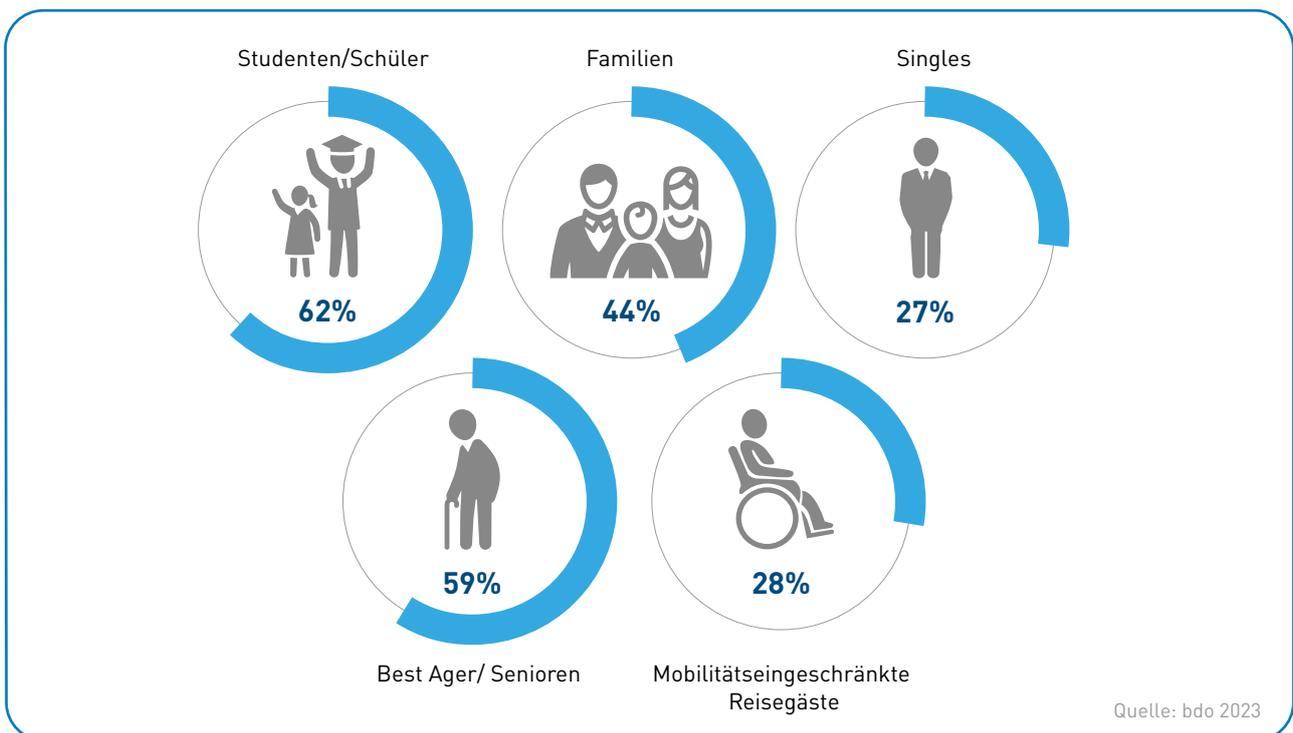


Abb. 23: ÖPNV – Zielgruppe/n mit Potenzial

## Zukunftstrends im öffentlichen Personennahverkehr

Wie im Vorjahr rechnet ein großer Teil der Unternehmen im ÖPNV zukünftig mit einer Zunahme der **Kommunalisierung durch Direktvergaben, allerdings mit rückläufiger Tendenz (2021: 47%; 2022: 36%)**. Der Anteil der Unternehmen, welche von einem steigenden **europaweiten Ausschreibungswettbewerb** ausgeht, steigt um 2 Prozentpunkte in Vergleich zum Vorjahr auf **39%**. Den **Vorrang der Eigenwirtschaftlichkeit** prognostizieren nur rund **9%** der Befragten. Insgesamt werden die **Zukunftstrends** weiterhin mehrheitlich negativ bewertet (**57%**).

**15%** der Unternehmen geben an, dass **On-Demand Verkehre bereits Bestandteil des Angebots** sind. **7%** planen in naher Zukunft solche Verkehre anzubieten und bei **18%** bereitet der Aufgabenträger eine **entsprechende Ausschreibung** vor. **32%** sehen in der **Digitalisierung eine Chance** für das Geschäft, **26%** sind diesbezüglich skeptisch.

Die Bedeutung der **Nachhaltigkeit** in den Unternehmen ist im Vergleich zu den letzten beiden Jahren mit **59%** gestiegen (**2020: 44%; 2021: 44%**). Diese Betriebe setzten bereits durch umweltschonende Programmplanung oder die Möglichkeit von klimaneutralen Fahrten das Thema um. **38%** der Befragten sehen **in einem wachsenden Klimabewusstsein der**

**Bevölkerung eine Chance** für das Geschäft. **26%** sind hier skeptisch. **37%** werten diesen Punkt als neutral. **Die überwiegende Mehrheit der Unternehmen ist der Meinung, dass die hervorragende Umweltbilanz des Busverkehrs in den politischen Rahmenbedingungen nicht angemessen berücksichtigt wird (87%)**

Mit Blick auf die Zukunft des Bus-ÖPNV sprechen sich die Unternehmen zu **43%** dafür aus, dass **zusätzliche Fahrgäste am ehesten durch einen deutlichen Angebotsausbau** gewonnen werden. Immerhin noch **24%** denken, dass **vergünstigte Fahrkarten** der größte Hebel wären. Diese Zweiteilung setzt sich bei Überlegungen zum Einsatz zusätzlicher Finanzmittel fort. **57%** der Unternehmen würden **zusätzliche Mittel in die Sicherung der Bestandsverkehre** investieren, **35%** in den **Ausbau des Streckenangebots** und nur **10%** in die Senkung der Ticketpreise.

## Wird die hervorragende Umweltbilanz des Busverkehrs in den politischen Rahmenbedingungen angemessen berücksichtigt?

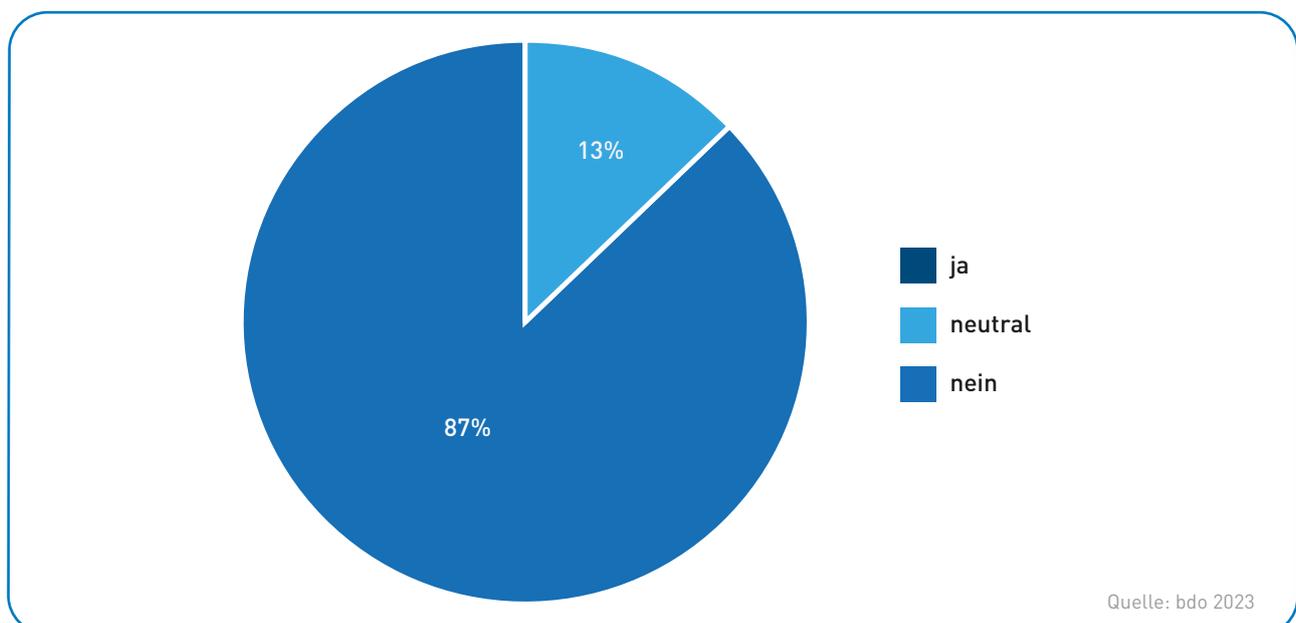


Abb. 24: ÖPNV – Blick auf die Berücksichtigung der positiven Umweltbilanz des ÖPNV

## Herausforderungen im öffentlichen Personennahverkehr

Die Antriebswende ist eine der zentralen Herausforderungen für die Verkehrsunternehmen. **10%** der ÖPNV-Unternehmen denken, dass **Dieselfahrzeuge in den kommenden Jahren im Betrieb vollständig und gleichwertig ersetzt werden können**. Dieser Wert hat sich gegenüber der letzten Umfrage mehr als verdreifacht (**2021: 3%**). Allerdings sind sich die Teilnehmenden im ÖPNV-Segment weiterhin mehrheitlich einig, dass die **Voraussetzungen alternative Antriebe wirtschaftlich zu betreiben** noch nicht existieren (**2021: 91%; 2022: 86%**). Die meisten der Unternehmen sehen weiterhin die Notwendigkeit einer besseren **Förderung bei der Busanschaffung und beim Aufbau der Infrastruktur** zur Umsetzung (**2022: 93%; 2021: 88%**).

Auch 2022 geben die Unternehmen mehrheitlich an, dass die **finanzielle Förderung moderner Fahrzeugflotten zum Erreichen der (Klima-) Ziele der Bundesregierung** nicht ausreichend mittelstandsfreundlich ist (**2021: 60%; 2022: 61%**). Dieser Trend setzt sich ebenfalls bei Betrachtung weiterer Einschätzungen fort. Nur ein Prozent der Unternehmen ist der Meinung, dass die Förderung moderner Flotten völlig ausreichend ist.

Außerdem fordern über die Hälfte der Unternehmen **mehr Unterstützung durch die Aufgabenträger**, damit die alternativen Antriebe Realität werden können (**62%**). **Die Unternehmen wünschen sich zudem eine bessere Marktverfügbarkeit von passenden Fahrzeugen (58%) und bemängeln die Bereitstellung erforderlicher Energiemengen durch die Versorger vor Ort (61%). Eine bessere Verfügbarkeit von öffentlicher Tank- und Ladeinfrastruktur wünschen sich 58%.**

Auch wenn der Umstieg auf alternative Antriebe die Unternehmen auf Jahre hinaus fordern wird, bleibt Diesel der dominierende Kraftstoff. Entsprechend dramatisch sind die Auswirkungen des steigenden Dieselpreises auf den Busmittelstand. **89%** der Unternehmen geben an, dass der **hohe Dieselpreis deutliche oder sogar existentielle Auswirkungen auf das Geschäft** hat.

Neben der Antriebswende ist besonders der **Fahrpersonalmangel die größte Herausforderung**. **83%** der ÖPNV-Unternehmen geben an, dass im jeweiligen Unternehmen Fahrpersonalmangel besteht. Damit wird die Situation immer dramatischer (**2021: 73%; 2020: 42%**) – mit ganz konkreten Auswirkungen:

**90% müssen Kundenanfragen ablehnen. 41% der Unternehmen können teilweise bestimmte Fahrten nicht mehr anbieten und 63% beklagen, dass sie durch den Fahrpersonalmangel an Ausschreibungen nicht teilnehmen können.** Die **Verstärkung des Mangels innerhalb der letzten 12 Monate** beklagen rund **82%** der Befragten (**2021: 76 %**).

## Wie schätzen Sie die allgemeine Geschäftslage im ÖPNV für 2023 im Vergleich zum Jahr 2022 ein?

Gegenüber 2022 steigt die Zahl der positiv gestimmten Unternehmen um 7 Prozentpunkte. Die Zahl der Pessimisten wächst immerhin um 4 Prozentpunkte.

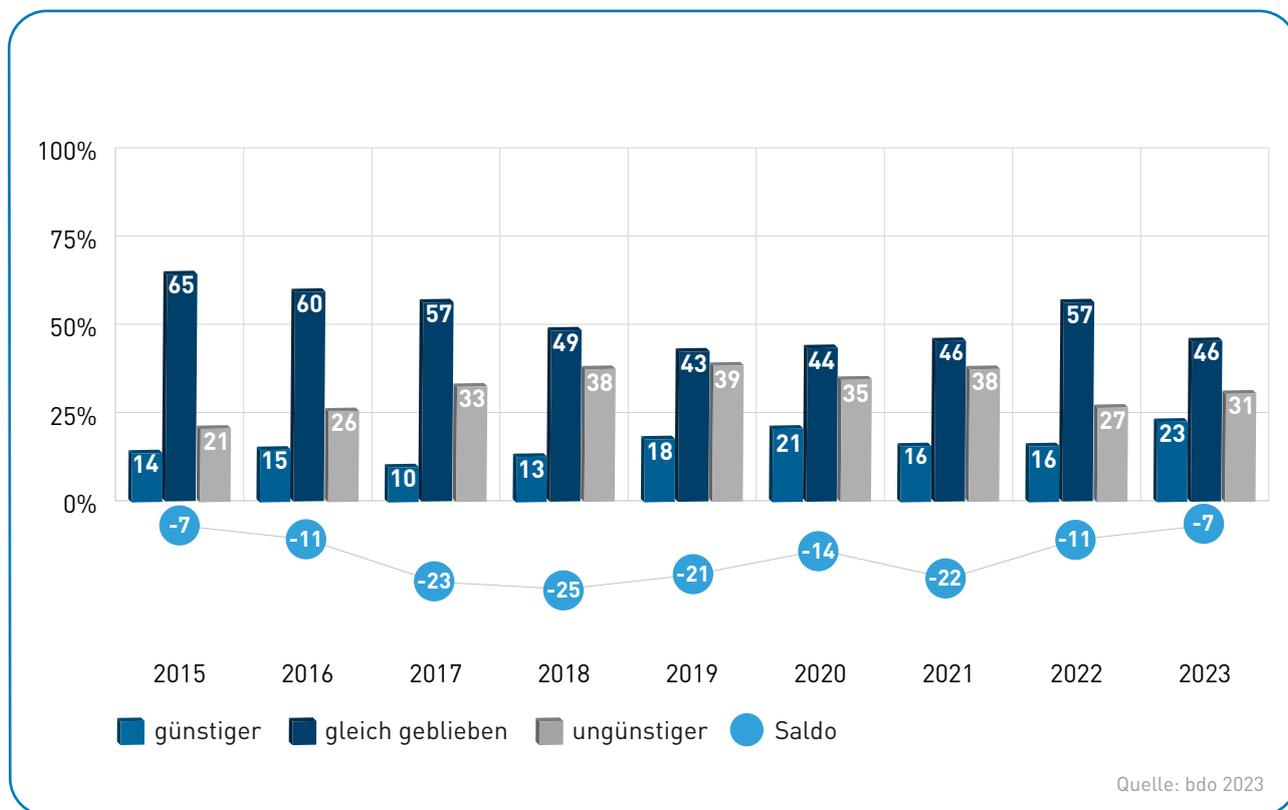


Abb. 25: Prognose 2023 zum ÖPNV

### 3. FERNBUSLINIENVERKEHR

Die an der bdo-Konjunkturumfrage teilnehmenden Unternehmen aus dem Fernlinienverkehr setzen sich wie folgt zusammen: **70 % Subunternehmer** und **30 % Konzessionsinhaber**.

#### Wie hat sich 2022 im Vergleich zum Vorjahr 2021 die Geschäftslage im Fernbuslinienverkehr entwickelt?

Mehr als doppelt so viele Unternehmen sehen eine günstige Entwicklung (40%), aber die Mehrheit bleibt weiterhin skeptisch (60%).

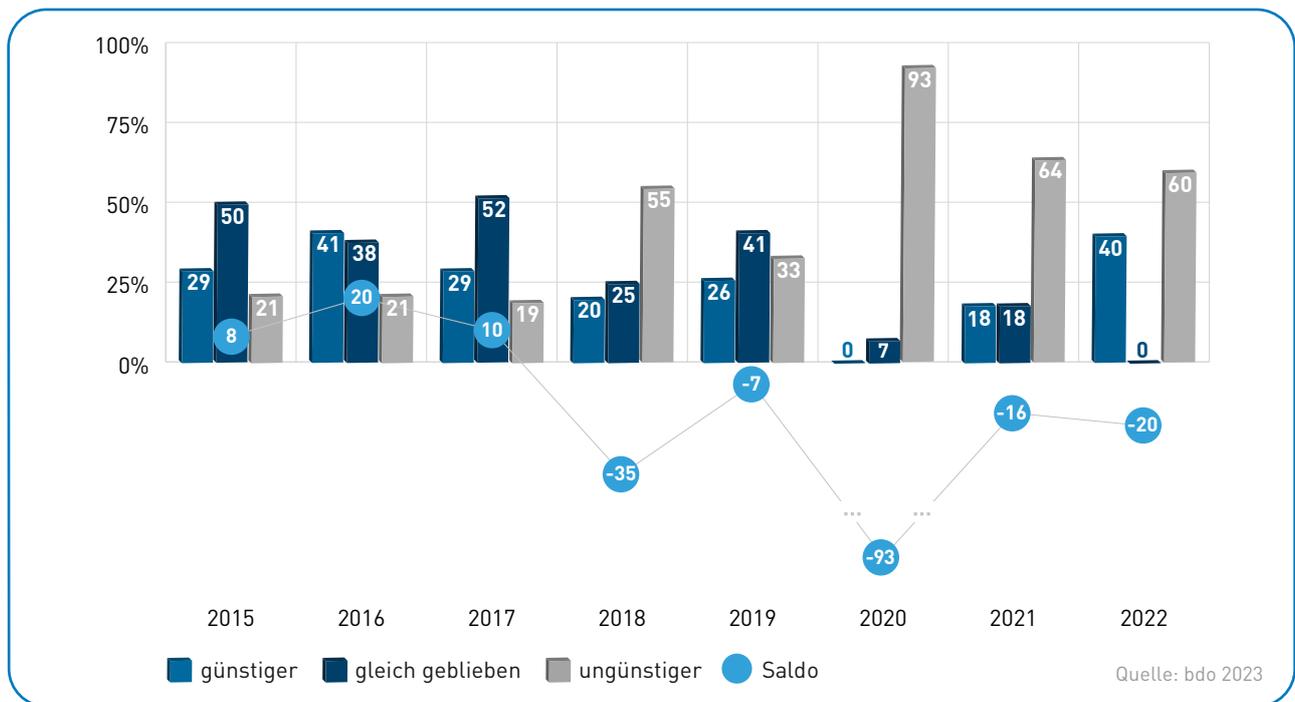


Abb. 26: Fernbuslinienverkehr – Beurteilung der Geschäftslage

#### Wie hat sich 2022 im Vergleich zum Vorjahr 2021 der Umsatz im Fernbuslinienverkehr entwickelt?

Die Umsatzentwicklung wird weiterhin mehrheitlich ungünstig (60%) bewertet.

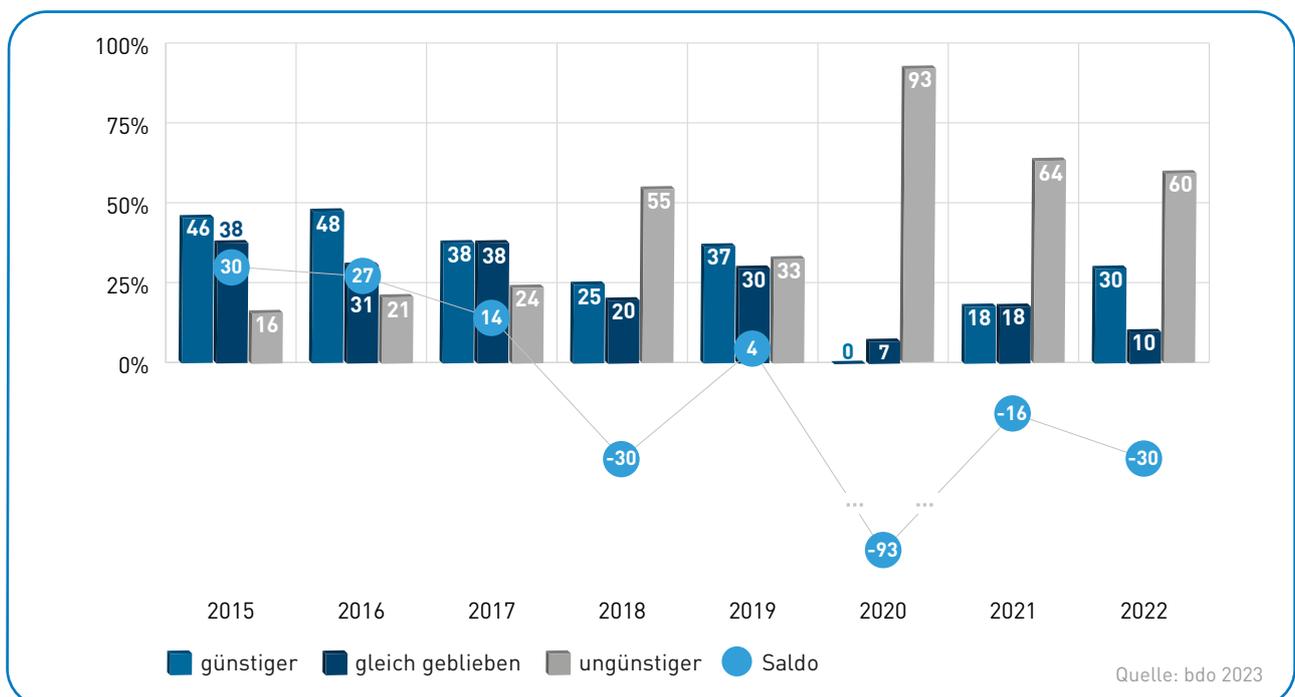


Abb. 27: Fernbuslinienverkehr – Beurteilung der Umsatzentwicklung

### Wie hat sich 2022 im Vergleich zum Vorjahr 2021 der Gewinn im Fernbuslinienverkehr entwickelt?

Mehr Unternehmen sehen eine günstige Entwicklung (20%), aber ein Großteil bleibt skeptisch (70%).

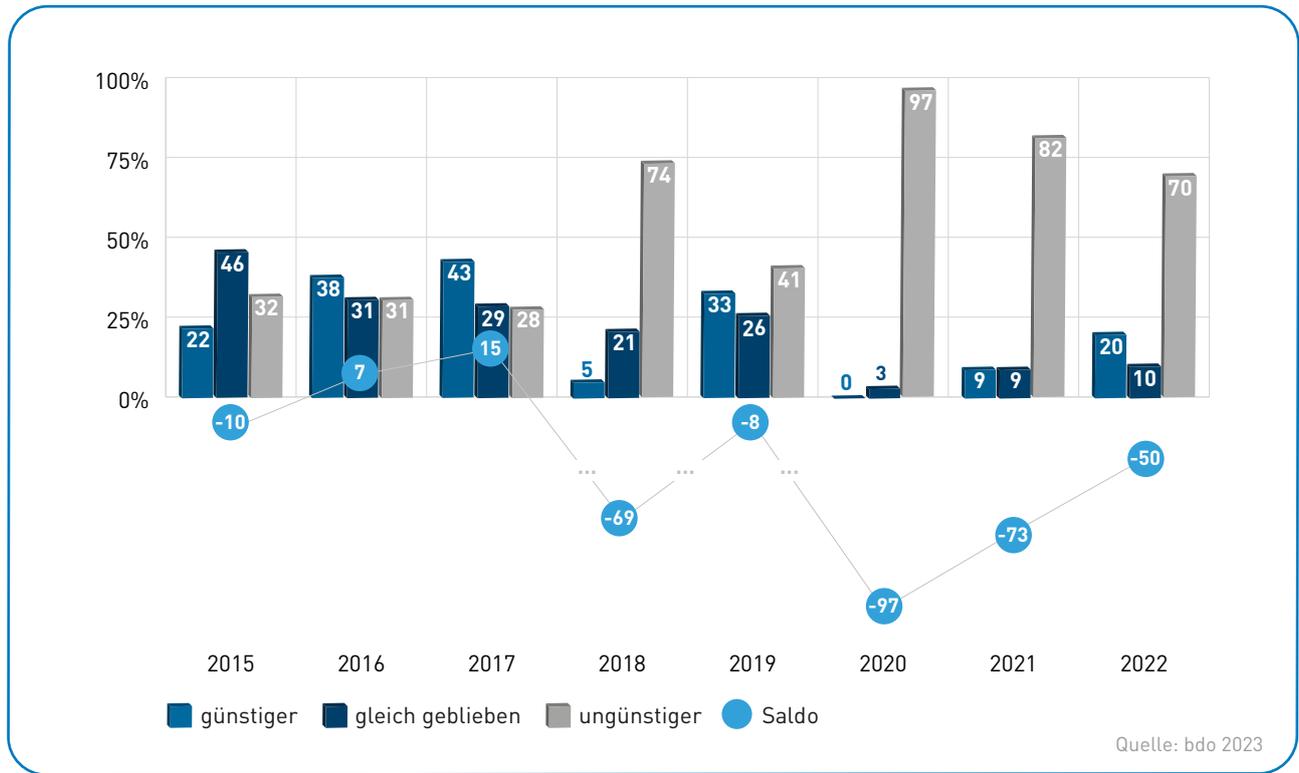


Abb. 28: Fernbuslinienverkehr – Beurteilung der Gewinnentwicklung

### Wie haben sich 2022 im Vergleich zum Vorjahr 2021 die Fahrgastzahlen im Fernbuslinienverkehr entwickelt?

Der Tiefpunkt wurde durchschritten. Die Aufwärtsentwicklung setzt sich fort.

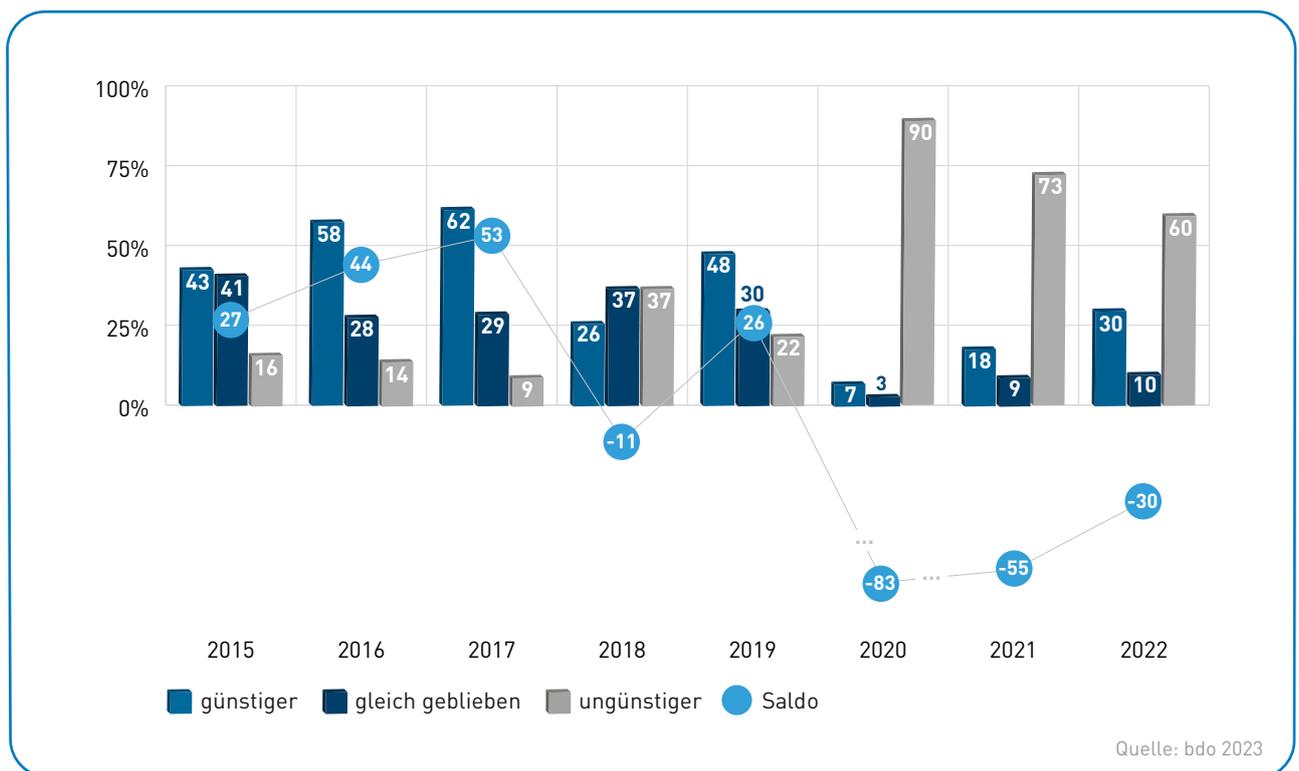


Abb. 29: Fernbuslinienverkehr – Entwicklung der Fahrgastzahlen

### Trends im Fernbuslinienverkehr

#### Was ist/sind Ihre Hauptzielgruppe/n im Bereich Fernlinienverkehr?

Die Studenten und Schüler sind nicht mehr die Hauptzielgruppe. Neuer Spitzenreiter sind die Singles (80%).

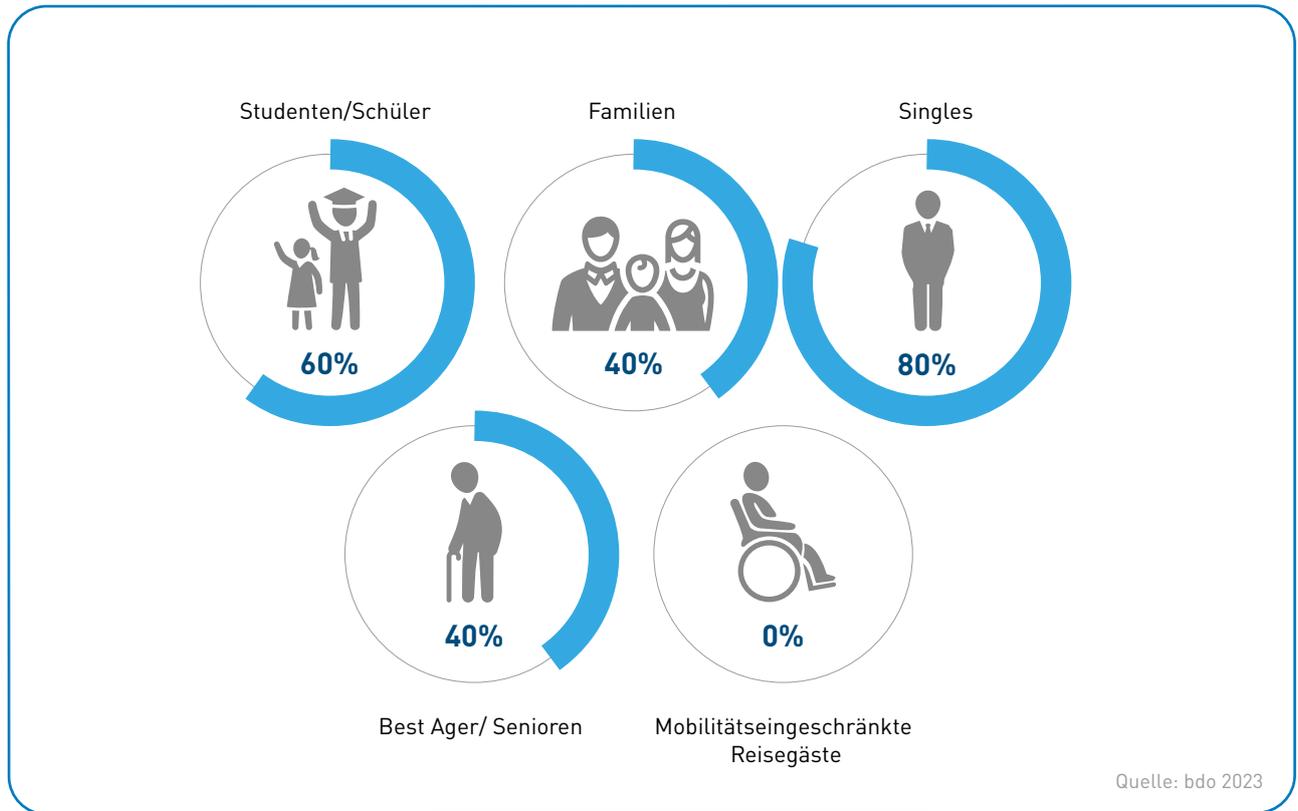


Abb. 30: Fernbuslinienverkehr – Hauptzielgruppe/n

#### Bei welcher/n Zielgruppe/n sehen Sie zukünftig noch Potenzial im Bereich Fernlinienverkehr?

Der Familie wird deutlich mehr Potenzial zugeordnet als 2021 (55%).

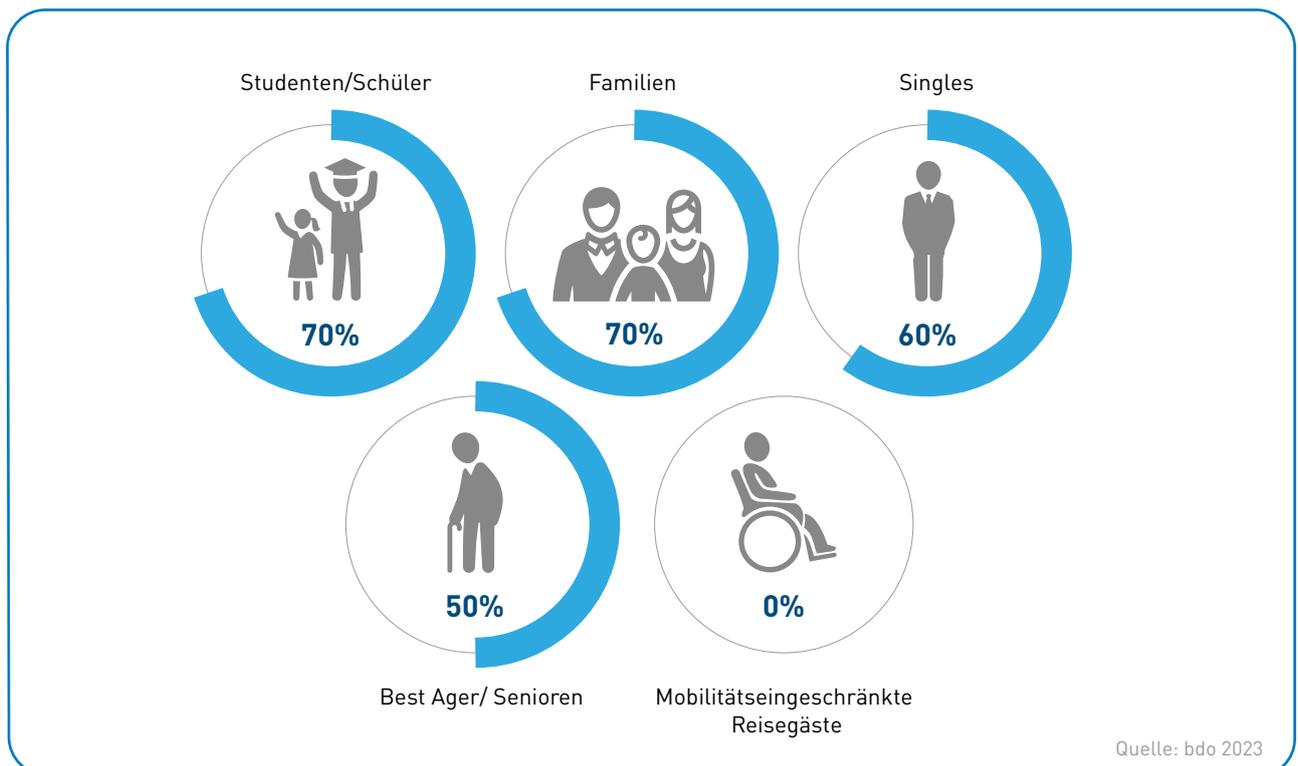


Abb. 31: Fernbuslinienverkehr – Zielgruppe/n mit Potenzial

## Zukunftstrends im Fernlinienverkehr

**30%** gehen davon aus, dass das Fernbussegment mit **sinkenden Fahrgastzahlen** rechnen muss – das ist ein deutlicher Rückgang gegenüber dem Vorjahr (64%). Mit steigenden Fahrgastzahlen im Bereich Fernlinienverkehr rechnet hingegen niemand. Damit blicken die Unternehmen pessimistisch in die Zukunft.

20% der Unternehmen gehen von einer **weiteren Marktkonzentration** aus. Eine Minderheit Befragten geht von einem **zukünftig wachsenden Preiskampf** aus (**30%**). Dieser Wert liegt um 52 Prozentpunkte über dem von 2021 (82%).

Rund **60%** der befragten Unternehmen glauben, dass zukünftig die **europaweite Streckenverknüpfung** immer stärker zunimmt. 2021 waren es noch 36%.

Während **40%** der Befragten angeben, dass sie verstärkt von einer **Konzentration auf Städteverbindungen** ausgehen, sind **50%** davon überzeugt, dass die **Erschließung ländlicher Räume** zunehmen wird.

## Herausforderungen im Fernlinienverkehr

**80%** der Unternehmen vermelden **deutliche oder sogar existentielle Auswirkungen auf das Geschäft durch die steigenden Dieselpreise.**

Grundsätzlich wünschen sich die Unternehmen, dass die Politik endlich anerkennt, welche Bedeutung der Bus für das Gelingen der Verkehrswende hat. **60%** der Unternehmen sehen daher in einem **klaren Bekenntnis der Politik zum umweltfreundlichsten motorisierten Verkehrsmittel** das wirksamste Instrument, die negativen Folgen von Corona für die Bus-Branche zu überwinden. **20%** plädieren für eine **Mehrwertsteuersenkung** und **20%** denken, dass der **Abbau finanzieller Vorteile von Pkw- und Flugverkehr** am besten geeignet sei, eine Stabilisierung des öffentlichen Personenverkehrs mit Bussen nach der Corona-Krise zu gewährleisten. **80% der Unternehmen sind der Meinung, dass die hervorragende Umweltbilanz des Busverkehrs in den politischen Rahmenbedingungen nicht angemessen berücksichtigt wird.** Gespalten ist man jedoch bei der Frage, ob das **wachsende Klimabewusstsein in der Bevölkerung eine Chance für das Geschäft** ist. **40%** denken, dass dies der Fall ist und **40%** sind diesbezüglich anderer Meinung.

Große Skepsis herrscht im Bereich der Antriebswende. **80%** der Unternehmen sind der Meinung, dass **aktuell noch keine Voraussetzungen bestehen, um alternative Antriebe wirtschaftlich** zu betreiben. **60%** sprechen sich für eine **bessere Bus- und Infrastrukturförderung** aus. Ebenfalls **60%** der Unternehmen sind der Meinung, dass es an **passenden Fahrzeugen am Markt fehle.**

**Bei 100% der Unternehmen besteht Fahrpersonalmangel. Dies führt dazu, dass 60% Kundenanfragen ablehnen müssen, 60% geplante Verkehre nicht durchführen und 60% der Unternehmen nicht an Ausschreibungen teilnehmen können. Bei 80% der Unternehmen hat der Fahrerpersonalmangel in den letzten 12 Monaten deutlich zugenommen.**

### Wie schätzen Sie die allgemeine Geschäftslage im Fernlinienverkehr für 2023 im Vergleich zum Jahr 2022 ein?

80% der Unternehmen gehen nicht davon aus, dass 2023 ein erfolgreicheres Geschäftsjahr wird.

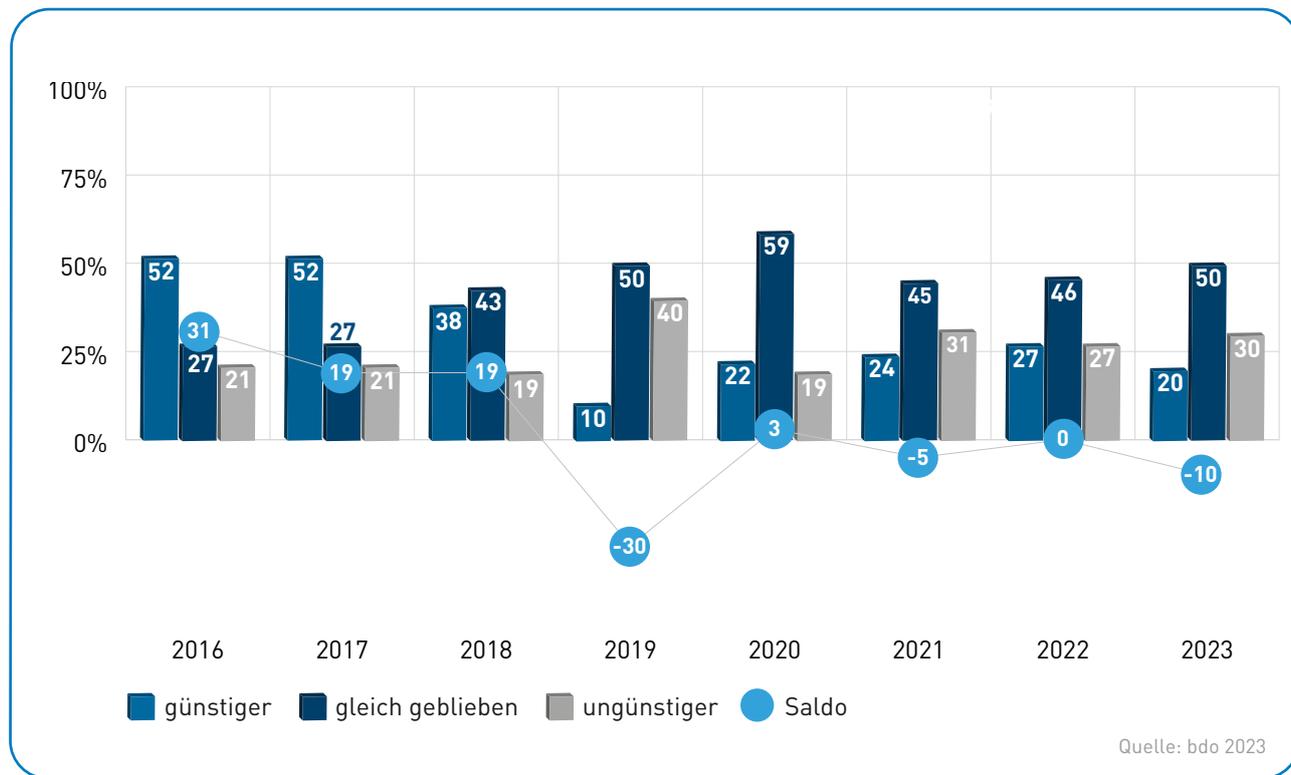


Abb. 32: Prognose 2023 zum Fernbuslinienverkehr

# KONJUNKTURUMFRAGE 2022/2023

Herausgeber

Bundesverband Deutscher  
Omnibusunternehmen (bdo) e.V.  
Reinhardtstraße 25  
10117 Berlin  
info@bdo.org  
www.bdo.org

Technische Auswertung

IFH Köln GmbH  
www.ifhkoeln.de

Redaktion, Layout & Gestaltung

Melina Strohkirch  
Kai Neumann  
Till Dreier

in Zusammenarbeit mit

KOMPAGNON communications  
www.kompagnon.eu

Premium-Partner

**MAN**

**NEOPLAN**



Mercedes-Benz

**SETRA**

**KRAVAG**

Partner



optibus



NESTE  
Change runs on renewables

IVECO  
BUS

