

# KONJUNKTURUMFRAGE 2016/2017



<b>Zusammenfassung .....</b>	<b>3</b>
<b>Einleitung .....</b>	<b>4</b>
<b>1 Bustouristik/Gelegenheitsverkehr .....</b>	<b>5</b>
Geschäftslage: Zufriedenheit nimmt ab.....	5
Umsatzentwicklung: Sinkende Zahlen.....	6
Gewinnentwicklung: Rückläufig.....	7
Verschiedene Marktsegmente.....	8
Buchungszahlen .....	11
Trends Bustouristik/Gelegenheitsverkehr .....	13
Herausforderungen Bustouristik/Gelegenheitsverkehr .....	15
Prognose - Ausblick .....	16
<b>2 Öffentlicher Personennahverkehr .....</b>	<b>17</b>
Geschäftslage: Zufriedenheit gestiegen .....	17
Umsatzentwicklung: Umsatz bleibt positiv.....	18
Gewinnentwicklung: Abwärtstrend .....	19
Fahrgastzahlen: Saldo verdoppelt.....	20
Trends im Öffentlichen Personennahverkehr .....	21
Herausforderungen im Öffentlichen Personennahverkehr .....	23
Prognose - Ausblick .....	24
<b>3 Fernlinienverkehr .....</b>	<b>25</b>
Geschäftslage: erneuter Höchststand .....	25
Umsatzentwicklung: Gleichbleibend positiv .....	26
Gewinnentwicklung: erstmals im positiven Bereich.....	27
Fahrgastzahlen: steiler Anstieg .....	28
Trends im Fernlinienverkehr .....	29
Herausforderungen Herausforderungen im Fernlinienverkehr .....	31
Prognose - Ausblick .....	32

## Zusammenfassung

Die Busbranche schaut auf ein konjunkturell gesehen durchwachsendes Jahr zurück. In den drei Segmenten: Touristik, ÖPNV und Fernlinienverkehr wurden unterschiedliche Entwicklungen festgestellt. Während die Bustouristik Rückschläge hinnehmen musste, bewerteten Unternehmen im ÖPNV und im Fernlinienverkehr die Geschäftslage positiver zum Vorjahr.

Die Zukunftsaussichten werden von den privaten, meist mittelständischen Unternehmern überwiegend sehr skeptisch betrachtet. Während der Fernlinienverkehr sehr optimistisch dem laufenden Geschäftsjahr entgegen sieht, ist die Einschätzung der Bustouristiker wesentlich verhaltener und die der ÖPNV-Unternehmen mehrheitlich negativ geprägt.

Deutliche Unterschiede sind in den drei Bereichen der Busbranche ebenfalls bei den Herausforderungen, Trends und Prognosen zu erkennen.

### Digitalisierung – alternative Antriebsformen - Nachhaltigkeit

Besonders Unternehmen, die im Fernbusbereich tätig sind, äußern sich offen für neue Ideen und Innovationen. Chancen in alternativen Antriebsformen, Digitalisierung oder nachhaltiger/umweltschonender Produktgestaltung und Programmplanung werden deutlich stärker von Fernbusbetreibern gesehen. Festzustellen ist zusätzlich, dass der Nachhaltigkeitsgedanke mit steigender Unternehmensgröße in allen drei Bereichen stärker gelebt und umgesetzt wird. Die Reisebranche ist weitaus zurückhaltender was Neuerungen betrifft. Der digitale Fortschritt und die Möglichkeiten, die man hierdurch nutzen kann werden von rund 34 Prozent der Reisebusunternehmer als keine Chance bzw. kein Mehrwert für das eigene Geschäft gesehen. Nur 27 Prozent gehen davon aus, dass diese Neuerungen das eigene Unternehmen zukünftig positiv beeinflussen werden.

### Inlandstourismus nimmt zu – Terrorgefahr verändert die Zieldestinationen

Der Inlandstourismus hat zugenommen und auch die Zukunftsprognosen gehen in dieselbe Richtung. Durch die steigende Terrorgefahr besinnen sich die Deutschen wieder stärker auf den Urlaub im Heimatland. Die steigende Terrorgefahr stellt die Busunternehmer im tou-

ristischen Verkehr, aber auch im Fernlinienverkehr, vor neue Herausforderungen. Massen-Spontan-Stornierungen und kurzfristige Zieldestinationsverschiebungen nehmen stärker zu und machen die langfristige Planung von Reiserouten immer schwieriger.

Auch durch den ansteigenden administrativen Aufwand stehen sowohl die Bustouristik, als auch der Fernlinienverkehr zunehmend vor immer größer werdenden Hürden. Zu den bereits sehr unterschiedlichen Mehrwertsteuersystemen innerhalb Europas haben seit 2016 immer mehr Länder auch noch Mindestlohn- und Entsenderegelungen eingeführt, die ebenfalls die grenzüberschreitende Tätigkeit erheblich erschweren. Dies wird auch in dieser Umfrage deutlich, wo rund 78 Prozent der Bustouristiker bestätigen, dass der zunehmende administrative und finanzielle Aufwand in einigen Ländern Einfluss auf die Konzipierung von Reisen bzw. Reiserouten hat.

### Europaweiter Ausschreibungswettbewerb & Eigenwirtschaftliche Verkehre

Die an der Befragung beteiligten Unternehmen äußern sich kritisch zur Entwicklung der EU-Verordnung 1370/2007 sowie dem europaweiten Ausschreibungswettbewerb. Rund 61 Prozent der Unternehmen, somit 6 Prozent mehr als im Vorjahr, befürchten zukünftig eine negative Entwicklung für ihr eigenes ÖPNV-Unternehmen. Mehr als die Hälfte (60 %) der Unternehmen äußern sich kritisch zur nicht ausreichenden Berücksichtigung des Vorrangs der Eigenwirtschaftlichkeit im PBefG in den Kommunen.

**Fahrermangel** ist seit Jahren ein enormes Problem in der Busbranche und stellt die Unternehmen immer wieder vor eine große Herausforderung, Personal für diesen Berufszeit zu begeistern. Während im Jahr 2015 noch 76 Prozent aller Unternehmen über fehlendes Fahrpersonal klagten, ist die Anzahl dieses Jahr zumindest auf 56 Prozent gesunken. Im ÖPNV wird der größte Bedarf an Fahrern gemeldet.

**Sinkende Fahrgastzahlen** prognostizieren vor allem Unternehmen aus dem ÖPNV (38 %) und Gelegenheitsverkehr (36 %). Im Fernlinienverkehr blicken die Unternehmer weitaus positiver in die Zukunft. Lediglich 7 Prozent befürchten zukünftig einen Rückgang bei Fahrgästen.

### Einleitung

Die Konjunkturumfrage 2016/2017 wurde bereits zum 12. Mal zum Jahreswechsel durch den Bundesverband Deutscher Omnibusunternehmer (bdo) durchgeführt. Im Rahmen der diesjährigen Erhebung fragte der bdo Brancheneinschätzungen von privaten Busunternehmen ab. Die Befragung zielte einerseits darauf ab, ein Stimmungsbild des vergangenen Jahres 2016 zu zeichnen, andererseits wurden Trends, Hindernisse und Geschäftserwartungen für das laufende Jahr 2017 ausgelotet.

Die vorliegende Brancheneinschätzung des privaten Omnibusgewerbes basiert auf den Aussagen von 430 Entscheidern aus privaten Busunternehmen, die an der Umfrage teilgenommen haben.

Die aktuelle bdo-Konjunkturumfrage will Auskunft geben über

- die Entwicklung in den Bereichen Tourismus/ Gelegenheitsverkehr, Öffentlicher Personennahverkehr, Fernlinienverkehr,
- Geschäftsprognosen für das laufende Jahr,
- die Hauptzielgruppen und Marktchancen der Zukunft,
- die separate Betrachtung der Trends und Herausforderungen der drei Teilbereiche,
- die Auswirkungen des Strukturwandels im ländlichen Raum, sowie kurze Einschätzungen zu einigen aktuellen Themen, unter anderem Mindestlohn- & Entsendevorschriften, Vorrang der Eigenwirtschaftlichkeit im PBefG, als auch der Digitalisierung.

Da sich das Stimmungsbild in den Branchen Bustouristik, ÖPNV und Fernlinienverkehr mitunter uneinheitlich darstellt, werden die Geschäftserwartungen der verschiedenen Bereiche getrennt betrachtet.

Bei 45 Prozent der befragten Unternehmen liegt der Unternehmensschwerpunkt in der Bustouristik. 40 Prozent der Befragten führen überwiegend Verkehre im Linienverkehr durch, zwei Prozent im Fernlinienverkehr. Keinen eindeutigen Unternehmensschwerpunkt geben 13 Prozent der Befragten an.

Die Brancheneinschätzung wurde von sehr heterogenen Unternehmen vorgenommen. Ein-Bus-Betriebe bis hin zu Unternehmen mit einem Fuhrpark von 320 Bussen sind in dieser Auswertung vertreten.

Die Busbranche ist in ihrer Gesamtheit dennoch tendenziell klein und mittelständisch geprägt.

In Omnibusbetrieben sind durchschnittlich 34 Mitarbeiter tätig, wobei in Linien- und Fernlinienverkehrsbetrieben meist eine höhere Anzahl verzeichnet wird als in Gelegenheitsverkehrsbetrieben. Die teilgenommenen Unternehmen verfügen im Durchschnitt über sieben Reisebusse mit 13 Mitarbeitern, 19 Linienbusse und 35 Mitarbeiter und 27 Fernlinienbusse mit 60 Mitarbeitern.

Mit der Gesamtheit ihrer Omnibusse befördern 34 Prozent der privaten Unternehmerschaft 10.000 bis 100.000 Passagiere jährlich. 32 Prozent der Befragten befördern bis zu 10.000 Reisende pro Jahr. 23 Prozent geben eine Passagierzahl von bis zu 1 Million an und 11 Prozent verzeichnen mehr als 1 Million Fahrgäste pro Jahr.

Für die Darstellung der nachfolgenden Konjunkturergebnisse werden Salden verwendet, welche die Differenz zwischen „günstiger“- und „ungünstiger“-Anteilen im Vergleich zum Vorjahr ausweisen. Grundsätzlich werden die Unternehmen bei der Einschätzung der Lage nach „günstiger“, „gleich geblieben“ oder „ungünstiger“ gefragt. Die Prozentzahlen in den Darstellungen werden auf ganze Zahlen auf- oder abgerundet.

## 1 Bustouristik/Gelegenheitsverkehr

### Geschäftslage: Zufriedenheit nimmt ab

Busunternehmer beurteilen die allgemeine Geschäftslage trotz positivem Saldo (+5) deutlich schwächer als im Jahr zuvor. Die seit 2011 kontinuierlich steigende positive Beurteilung der Geschäftslage erfährt im Jahr 2016 erstmals einen deutlichen Rückgang nach den sehr erfolgreichen Jahren 2014 und 2015. 77 Prozent der Unternehmer diagnostizieren ihre Situation als „günstiger“ oder „gleich geblieben“ ein, 23 Prozent bewerten ihre Geschäftslage als ungünstiger zum Jahr 2015. Dies entspricht sechs Prozent unzufriedenerer Unternehmer zum Jahr zuvor.

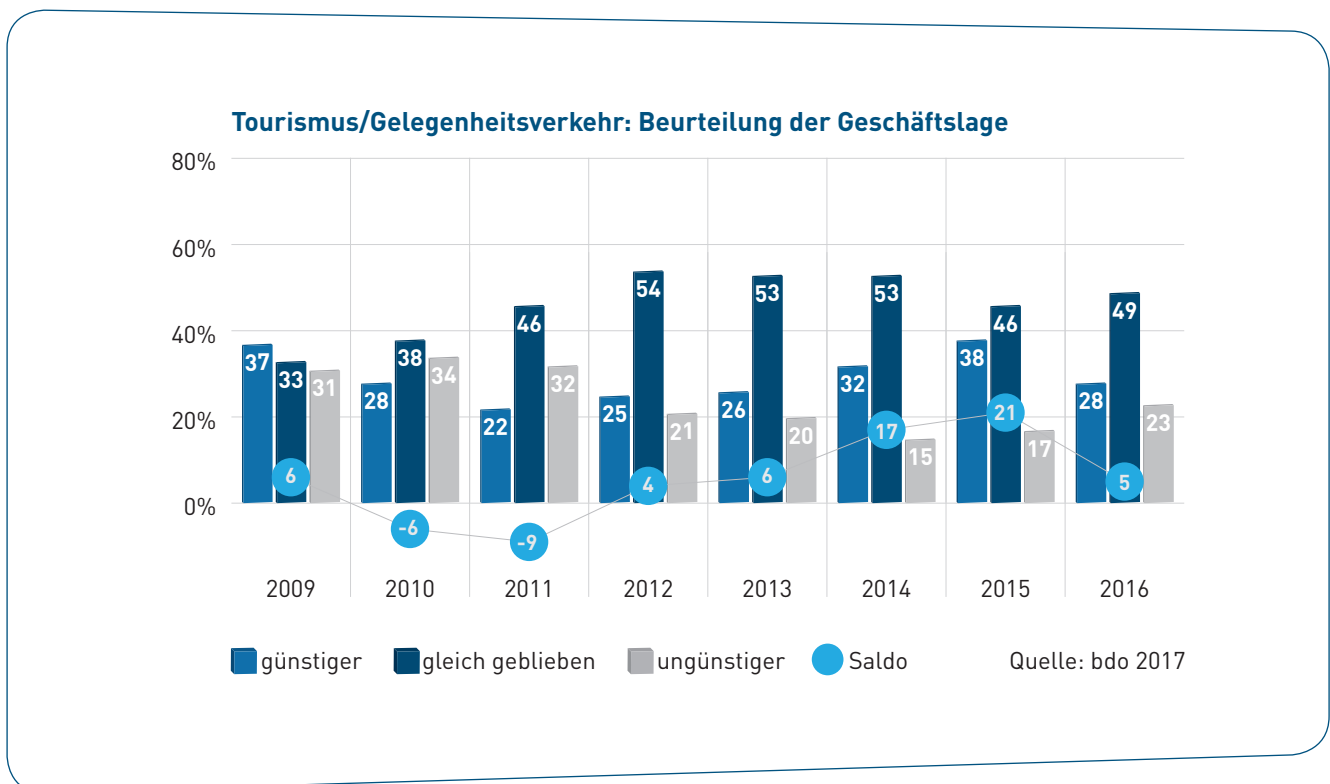


Abb. 1: Geschäftslage der Bustouristik

## Umsatzentwicklung: Sinkende Zahlen

Wie bei der Beurteilung der allgemeinen Geschäftslage ist auch die Umsatzentwicklung im Bustouristiksegment zum Vorjahr zurückgegangen. 75 Prozent der Befragten beurteilen die Umsatzentwicklung für 2016 als besser oder gleich geblieben. Ein Viertel der Reisebusunternehmen musste Umsatzeinbußen hinnehmen. Auch wenn dies bedeutet, dass sechs Prozent mehr Unternehmen im Jahr 2016 im Vergleich zum Vorjahr negative Umsatzentwicklungen festgestellt haben, so ist für das gesamte Jahr dennoch ein positiver Saldo festzustellen.

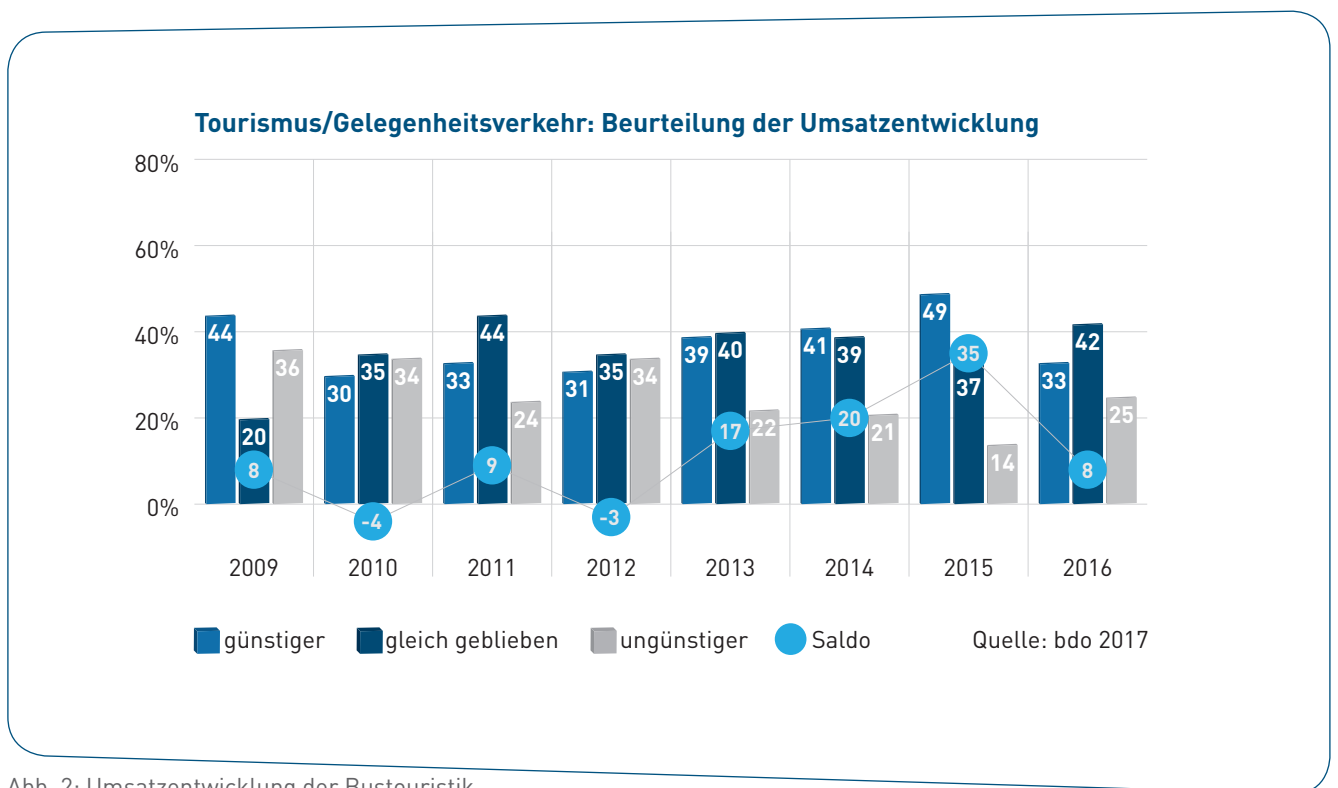


Abb. 2: Umsatzentwicklung der Bustouristik

## Gewinnentwicklung: Rückläufig

Entsprechend den gesunkenen Umsätze verzeichnet die Reisebranche ebenfalls sinkende Gewinne. Nach dem so positiv beurteilten Jahr 2015 ist die Anzahl an Unternehmen, die eine steigende Gewinnentwicklung für 2016 festgestellt haben, deutlich zurückgegangen. 17 Prozent weniger Unternehmen konnten höhere Gewinne im Jahr 2016 als im Vorjahr verzeichnen. Hingegen haben 8 Prozent mehr Unternehmer einen gleichbleibenden Gewinn festgestellt. Mit 31 Prozent liegt die Anzahl an Busunternehmen, die eine verschlechterte Gewinnentwicklung diagnostizieren mussten, erstmals seit 2013 wieder über dem Anteil der Positiv-Einschätzer. Somit ist der Saldo mit -4 Punkten um 25 Punkte zum Vorjahr gesunken.

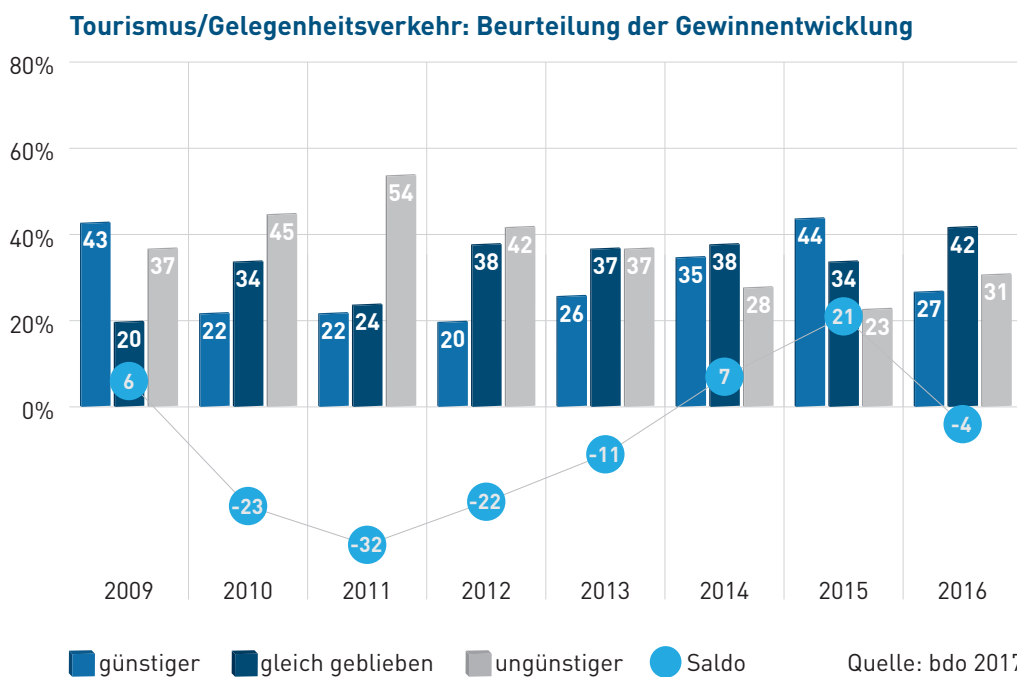


Abb. 3: Gewinnentwicklung der Bustouristik

## Verschiedene Marktsegmente

### Mietomnibusverkehr: Weiterhin stärkstes Marktsegment

Der Mietomnibusverkehr bleibt trotz Einbußen weiterhin das stärkste Marktsegment im Vergleich zu eigen veranstalteten Busreisen und Ausflugsverkehren. Rund 29 Prozent beurteilen die Entwicklung des Mietomnibusverkehrs positiver als im Jahr 2015, weitere 49 Prozent berichten von gleichbleibenden Buchungszahlen. Die Anzahl der Unternehmer, die eine rückläufige Entwicklung festgestellt haben, ist zum Vorjahr um 10 Prozent gestiegen. Der Saldo bleibt dennoch weiterhin im positiven Bereich mit 6 Punkten.

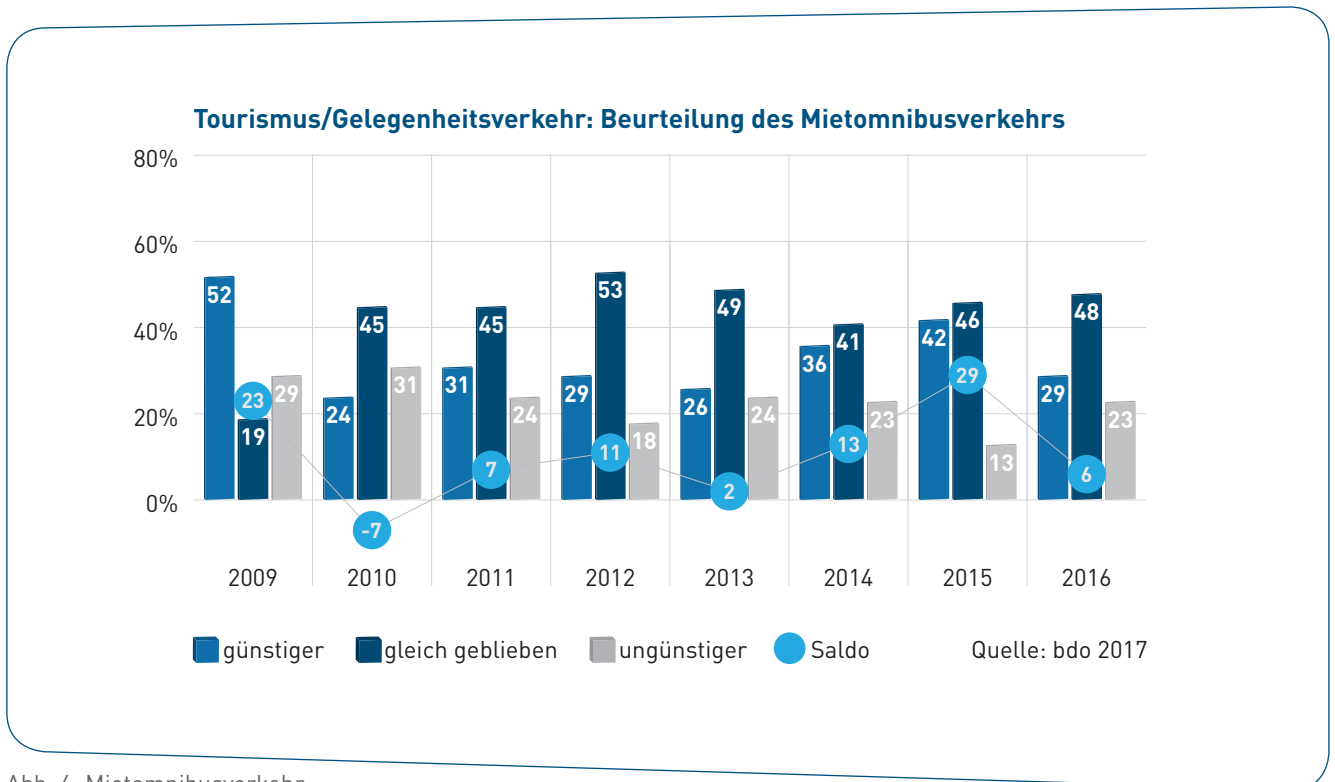


Abb. 4: Mietomnibusverkehr



### Eigen veranstaltete Busreisen: steigende Zufriedenheit

Die Zufriedenheit in diesem traditionellen Segment hat sich im Vergleich zu den anderen am positivsten gegenüber dem Vorjahr entwickelt. 23 Prozent gehen von einer besseren Bilanz aus als im Jahr 2015. Dies entspricht einer Zunahme von 4 Prozent wodurch der höchste Wert nach 2009 erreicht wird. Die Anzahl an Unternehmern mit einer ungünstigeren Einschätzung liegt bei 29, Prozent wodurch der Saldo jedoch weiterhin im Minusbereich (-5) bestehen bleibt. Dennoch fällt die Beurteilung für dieses Segment deutlich besser aus als für das Jahr 2015 (2015: Saldo -14).

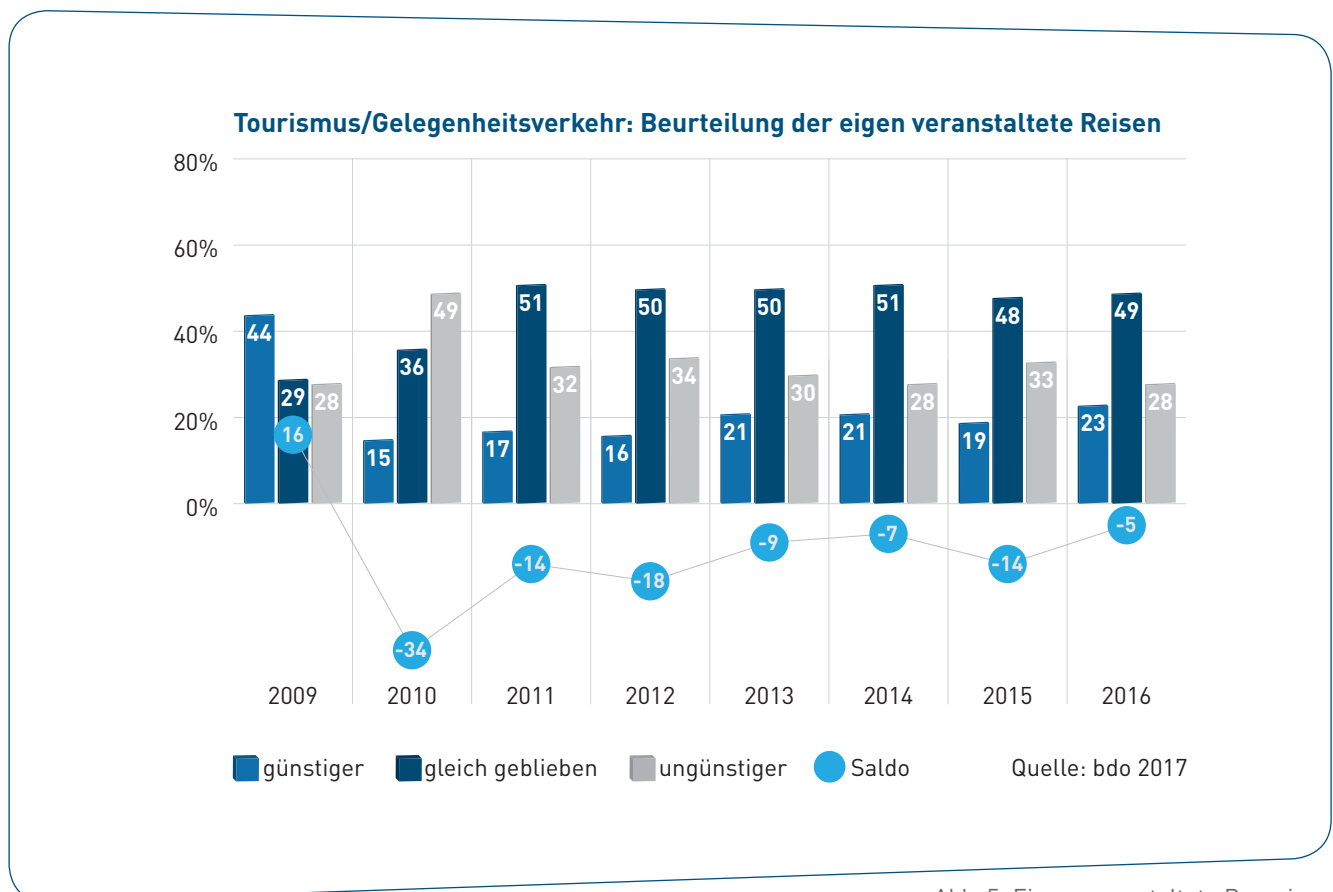


Abb. 5: Eigen veranstaltete Busreisen

**Ausflugsverkehr: Weiterhin solide Zahlen**

Die Beurteilung im Ausflugsverkehr ist schwächer als im Vorjahr ausgefallen, dennoch sind 76 Prozent zufrieden mit der Geschäftsentwicklung. 27 Prozent haben eine günstigere Entwicklung des Geschäftes festgestellt, weitere 49 Prozent gehen von einem gleichbleibenden Niveau aus. Der positive Saldo (+3) verdeutlicht weitestgehend stabile Buchungszahlen.

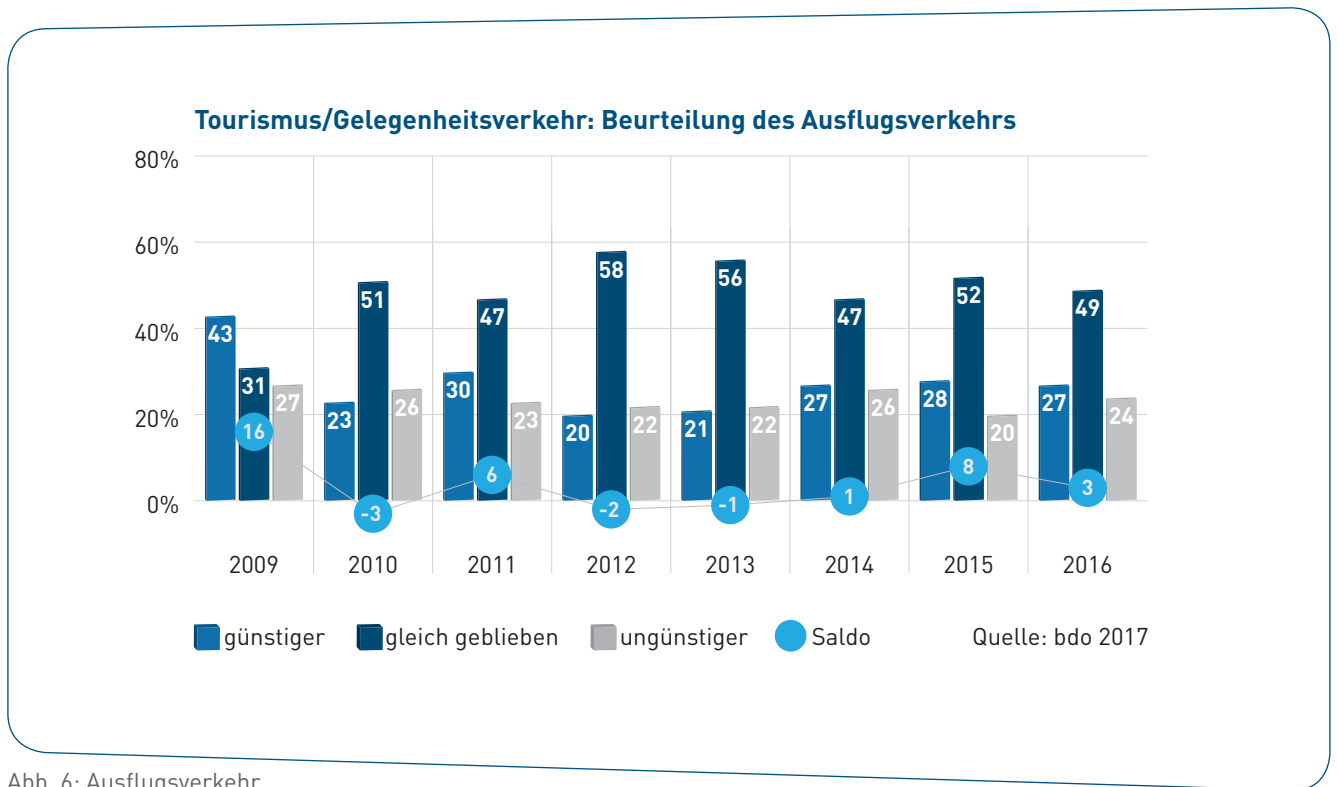


Abb. 6: Ausflugsverkehr

## Buchungszahlen

### Buchungszahlen im Inland: Trend zum Deutschlandtourismus steigt

Die Busunternehmen verzeichnen gestiegene Buchungszahlen im Inlandstourismus. Mit 33 Prozent ist im Jahr 2016 der prozentuale Anteil an Unternehmen, die ein höheres Aufkommen an Inlandstouristen festgestellt haben, um 3 Prozent gestiegen. Lediglich 18 Prozent der Unternehmen geben eine rückläufige Entwicklung an. Der Inlandstourismus erreicht damit einen Positivsaldo von 15.

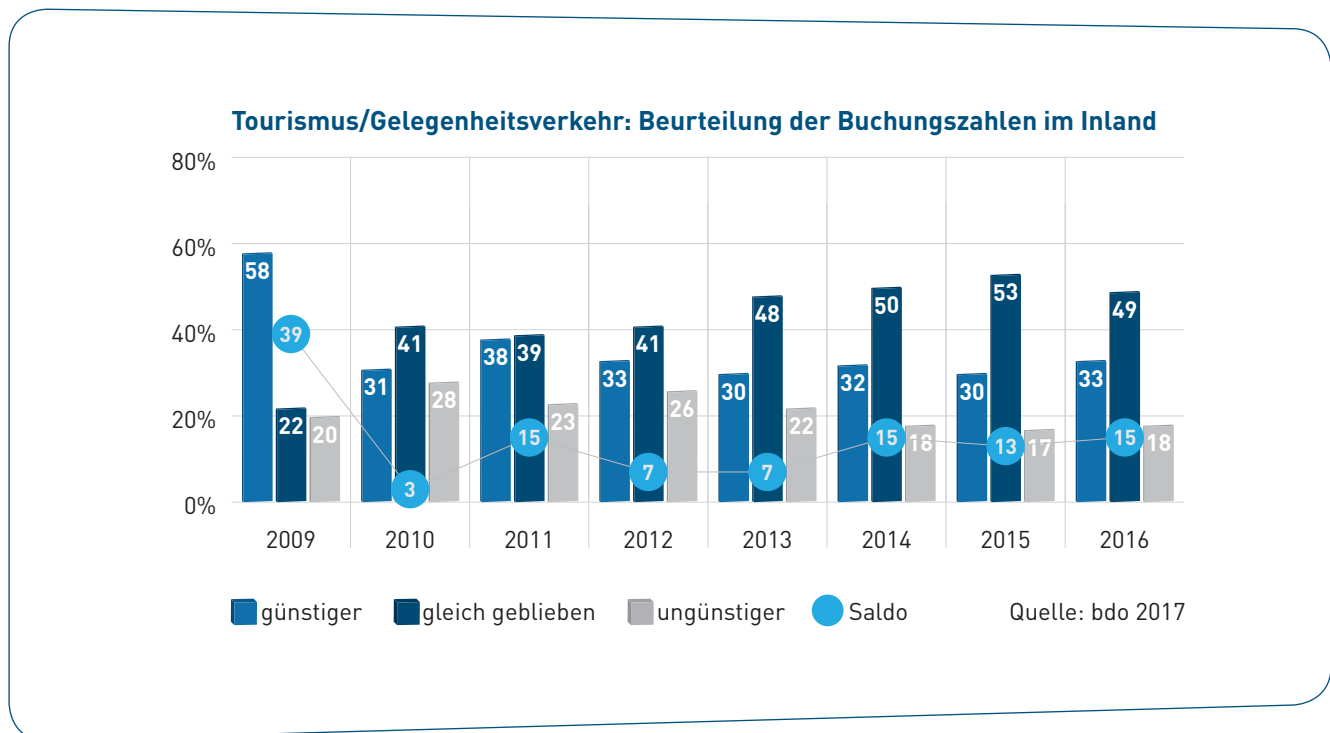


Abb. 7: Buchungszahlen Inland

### Buchungszahlen ins Ausland: starker Rückgang

Bei Reisen ins Ausland werden weitestgehend Buchungsverluste verzeichnet. Rund 39 Prozent geben an, dass sie im Jahr 2016 weniger Gäste ins Ausland befördert haben als im Jahr zuvor. Der Saldo sinkt somit weiterhin und erreicht einen Wert von -25.

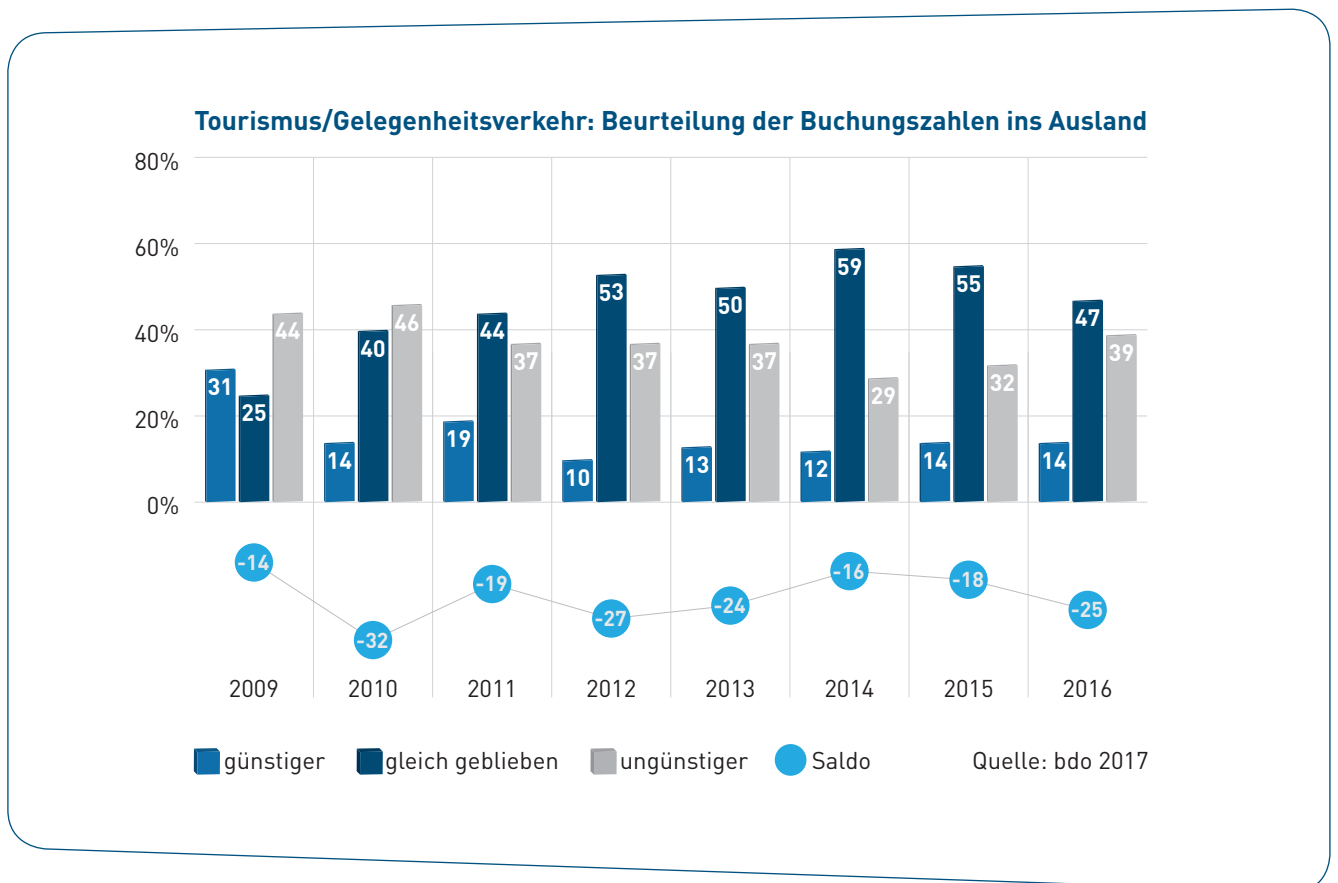


Abb. 8: Buchungszahlen Ausland

## Trends Bustouristik/Gelegenheitsverkehr

### Aktuelle Hauptzielgruppen

Die Hauptzielgruppe im Bustourismussegment sind die Best Ager/Senioren. Rund 91 Prozent aller Unternehmer benennen diese Gruppe als ihre häufigsten Kunden. An zweiter Stelle liegen die Studenten und Schüler, die von rund 43 Prozent der Busunternehmer benannt werden. Anschließend folgen die Singles (12 %), Familien (9 %) und mobilitätsbeeinträchtigte Reisende (6 %).

### Hauptzielgruppe/n im Bereich Tourismus/Gelegenheitsverkehr

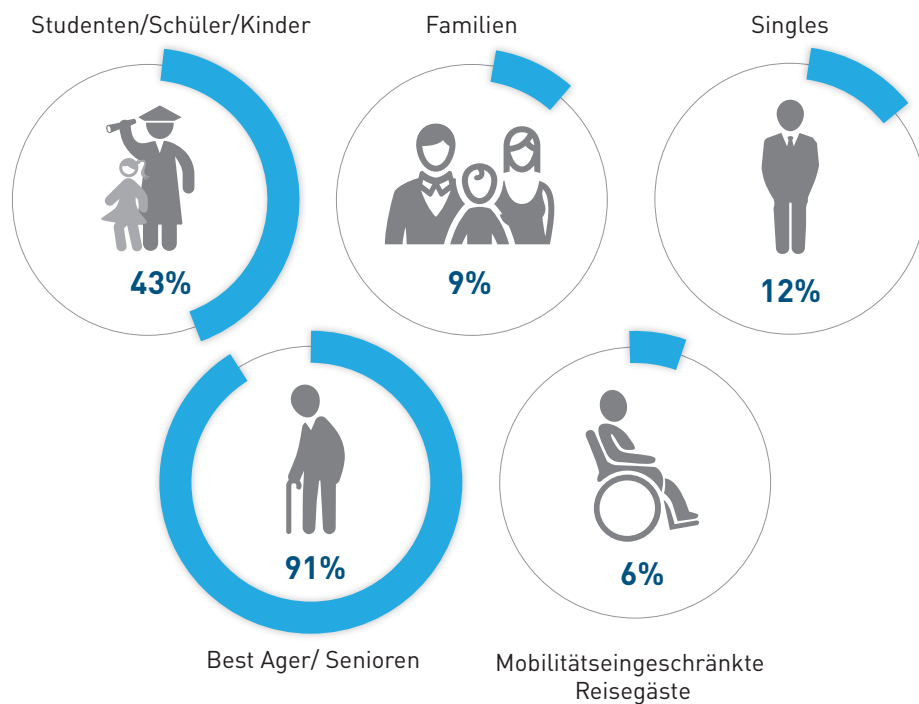


Abb. 9: Hauptzielgruppen Bustourismus

### Zielgruppen mit Potenzial

Zukünftig vermuten rund 34 Prozent der Busunternehmer, dass Studenten und Schüler stärker in den Fokus geraten werden, ebenso Singles (23 %) und Familien (19 %).

#### Zielgruppe/n mit Potenzial im Bereich Tourismus/Gelegenheitsverkehr

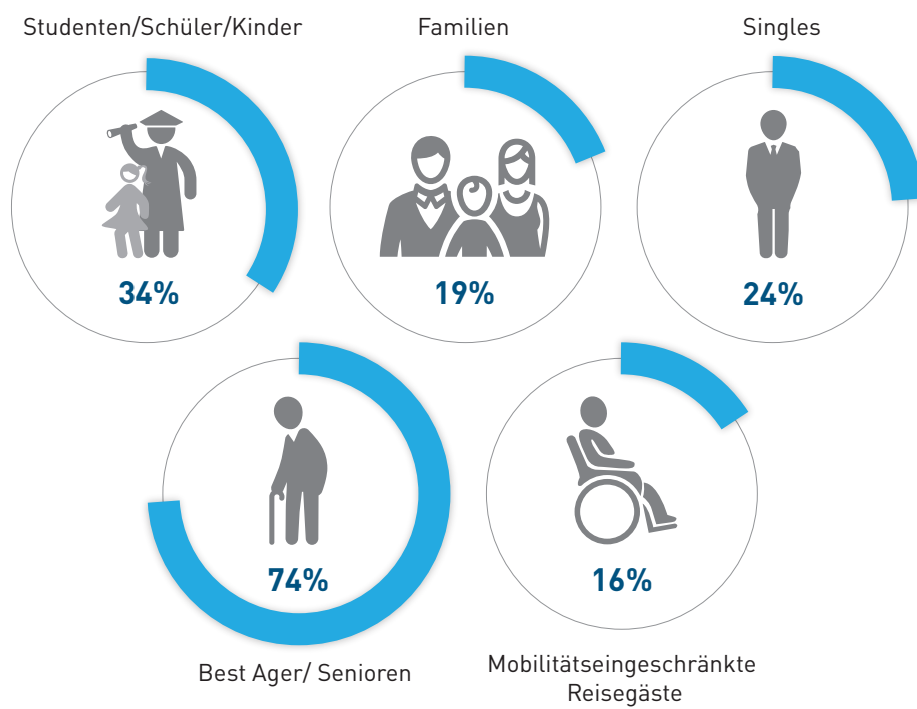


Abb. 10: Zielgruppen mit Potenzial im Bustourismus

## Zukunftstrends Bustouristik/Gelegenheitsverkehr

Die Busunternehmer sind davon überzeugt, dass zukünftig **Kurz- und Tagesreisen** noch stärker im Bustourismussegment an Bedeutung gewinnen (71 %). Ausschlaggebender Grund hierfür ist die seit Jahren zunehmende Reiseintensität mit gleichzeitigem Trend zu kürzeren Verweildauern. Auch das zunehmende Interesse an **Eventreisen** (33 %) ist auf den Kurzreisetrend zurückzuführen. Laut 22 Prozent werden **Aktivurlaubsreisen** weiter zunehmen. 19 Prozent sehen eine Zunahme im **Gesundheitstourismus**. Weniger Potenzial haben laut Umfrage die Bereiche **Luxusreisen** (16 %) und **Familienurlaubsreisen** (2 %).

Laut Umfrage wird die Reiseintensität innerhalb Deutschlands zunehmen. Rund 55 Prozent gehen davon aus, dass zukünftig die Anzahl an Busreisen im **Inlandtourismus** ansteigen wird, während lediglich 9 Prozent von einer Zunahme im **Auslandtourismus** ausgehen.

Rund 29 Prozent aller Unternehmer im Busreisesegment befürchten zukünftig eine steigende Anzahl an **plötzlichen Stornierungen durch die steigende Terrorgefahr in Europa**. **Sinkende** Fahrgastzahlen prognostizieren rund 36 Prozent der Unternehmer für die Zukunft.

## Herausforderungen Bustouristik/Gelegenheitsverkehr

Fast die Hälfte aller Unternehmer sieht die größten Herausforderungen für ihre eigene betriebliche Entwicklung zukünftig durch die Einführung einer **blauen Plakette** (49 %) und die **Mindestlohn- & Entsenderegelungen im Ausland** (48 %) die fortlaufend zunehmen. Auch die gewerbsteuerliche **Hinzurechnung von Hotelleistungen** (47 %) bewerten ebenfalls viele Unternehmer als eine der größten Schwierigkeiten für die weitere Unternehmensentwicklung, ebenso wie der steigende administrative Aufwand im Bustouristiksegment (47 %) und die Einführung einer Busmaut (44 %). Rund 56 Prozent aller Unternehmen beklagt den **Fahrermangel**, wie bereits in den Jahren zuvor. 35 % der bustouristischen Unternehmen bestätigen sogar, dass sich der Fahrermangel so **gravierend auf die betriebliche Tätigkeit auswirkt**, dass z.B. Fahrten aufgrund dessen nicht angeboten werden können. Besonders betroffen vom Fahrermangel sind die mittelgroßen Unternehmen (6 – 20 Busse; 66 %).

78 Prozent der teilgenommenen Unternehmen geben

an, dass sich der **zunehmende administrative und finanzielle Aufwand in einigen Ländern auf die Destinationswahl bei der Konzipierung einer Reise bzw. Reiseroute auswirkt**. Dies können z.B. die steigenden Einfahrtsgebühren in Städte, verschiedene Mehrwertsteuerbestimmungen oder die Einführung von Mindestlohn- & Entsenderegelungen sein. Zu beobachten ist, dass mit sinkender Unternehmensgröße der zunehmende administrative und finanzielle Aufwand eine stärkere Auswirkung auf die Destinationswahl bei der Konzipierung einer Reise hat. Kleine Unternehmen (bis 5 Busse) nannten diese Entwicklung besonders häufig (83 %).

Die **Wahl einer Zieldestination** wird seitens rund 63 Prozent aller Unternehmer durch die **steigende Terrorgefahr in Europa** negativ beeinflusst. Sie bestätigen, dass bestimmte Ziele von Kunden nicht mehr angefragt werden.

## Prognose - Ausblick

Auch wenn die befragten Unternehmen die Geschäftslage für 2016 grundsätzlich als zufriedenstellend bewertet haben und auch die Umsatzentwicklung bei einem positiven Saldo lag, wird die Geschäftsaussicht für das laufende Jahr mit einem Saldo von -6 negativ prognostiziert. Ein wesentlicher Großteil (62 %) geht dennoch von gleichbleibenden Geschäftsentwicklungen im Jahr 2017 aus. Verbesserte Geschäftsaussichten erwarten lediglich 16 Prozent der Busunternehmen. Damit schauen die Bustouristiker, wie bereits in den Jahren zuvor, erneut skeptisch in das kommende Geschäftsjahr.

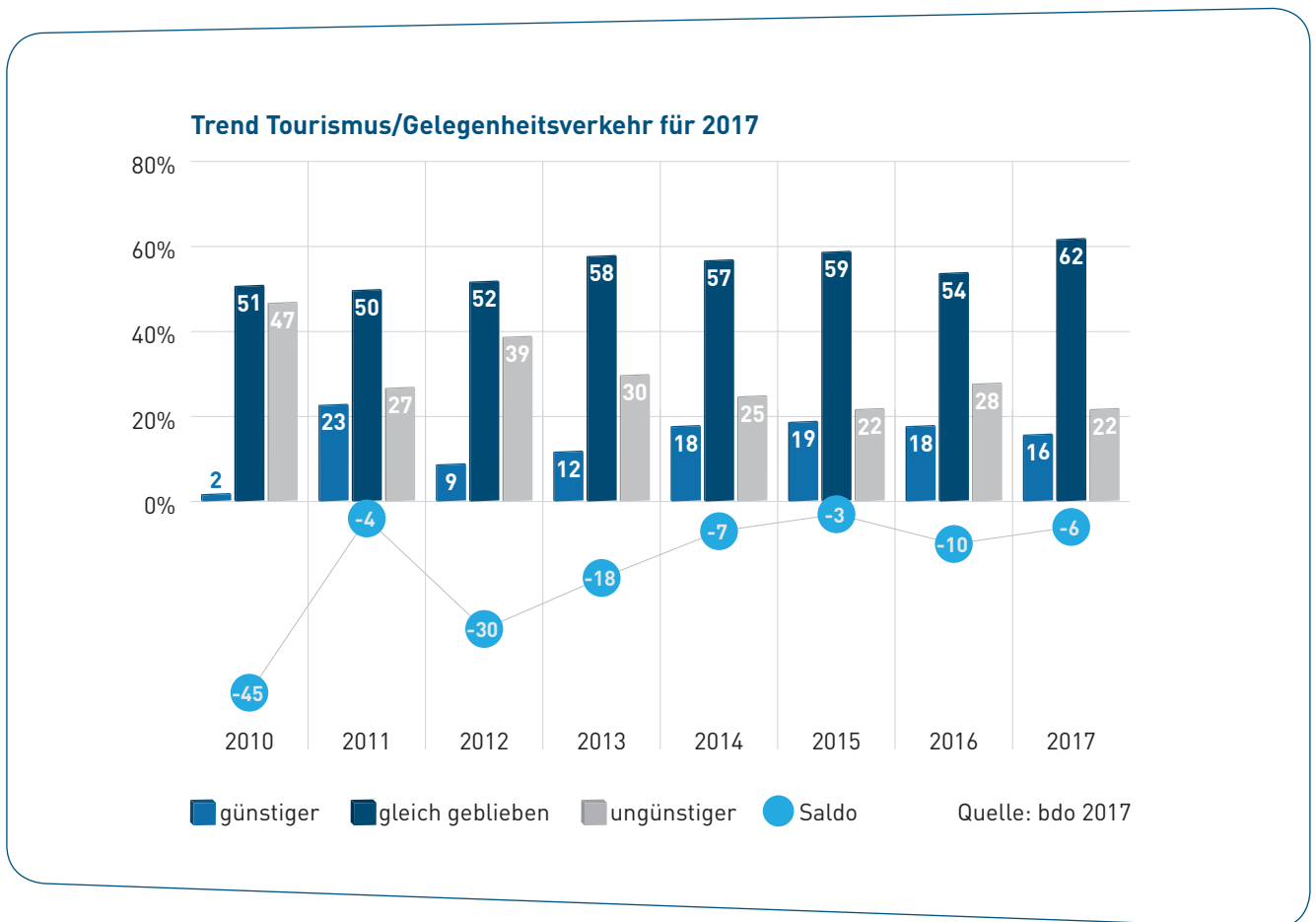


Abb. 11: Prognose 2017 zum Bustourismus



## 2 Öffentlicher Personennahverkehr

An der bdo-Konjunkturumfrage haben 45 Prozent der ÖPNV-Unternehmen mit überwiegend eigenen Konzessionen teilgenommen. Dem gegenüber sind 52 Prozent der Befragten als Subunternehmer tätig sowie drei Prozent, welche ihren Betrieb mit einer kommunalen Beteiligung führen.

### Geschäftslage: Zufriedenheit gestiegen

Die Beurteilung der allgemeinen Geschäftslage der Busunternehmen des öffentlichen Personennahverkehrs fällt im Jahr 2016 positiv aus. Der Saldo liegt erneut nach dem schlecht bewertetem Vorjahr wieder im positiven Bereich (+7). Der prozentuale Anteil an Unternehmen, die das Geschäftsjahr besser bewerten als das Vorjahr hat um ca. 4 % zugenommen. Schlechter bewerten lediglich 17 % der befragten Unternehmen das Geschäftsjahr 2016 und somit 5 % weniger als im Jahr zuvor.

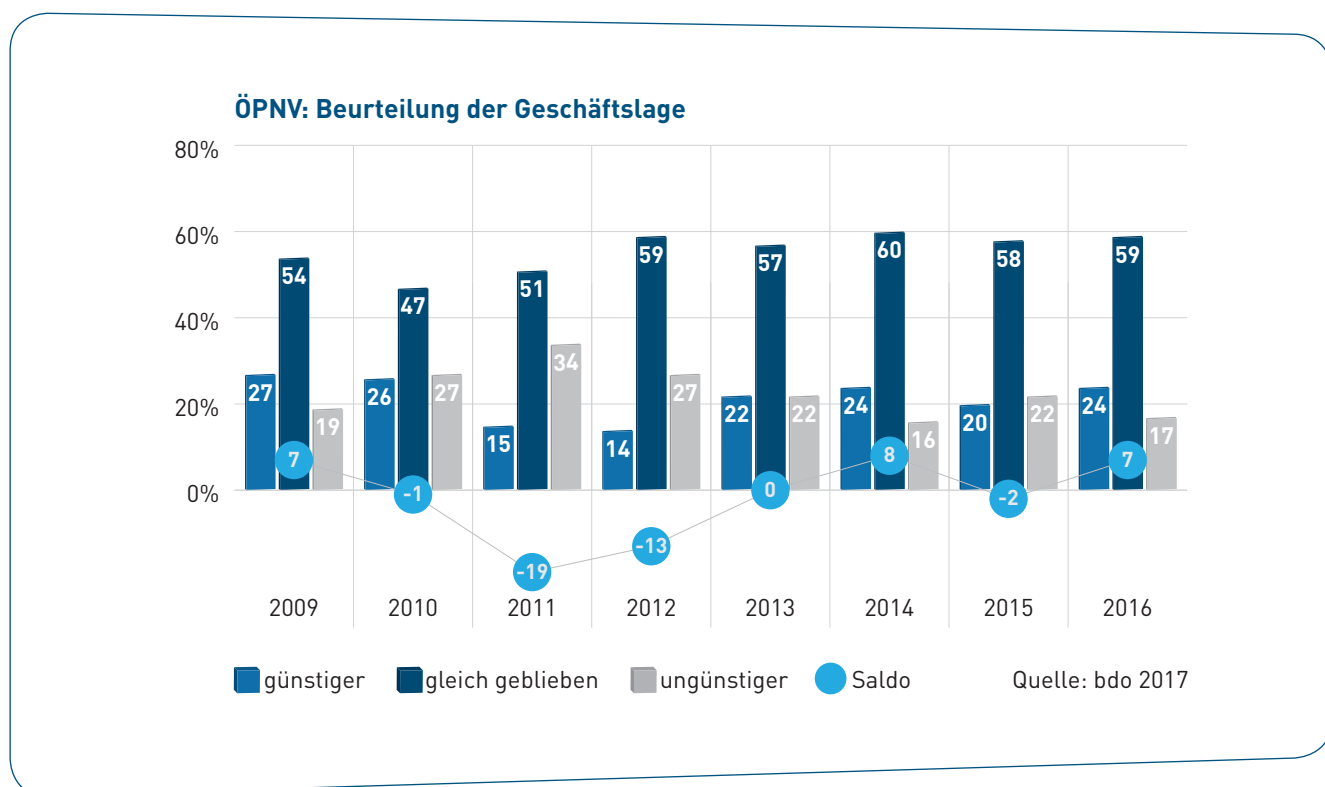


Abb. 12: Geschäftslage des ÖPNV

### Umsatzentwicklung: Umsatz bleibt positiv

Die Umsatzzahlen werden wie im Jahr zuvor sehr positiv bewertet. 31 Prozent beurteilen die Umsatzentwicklung besser als im Vorjahr, mehr als die Hälfte aller Befragten (54 %) verzeichnen gleichbleibende Umsätze und nur für 15 Prozent hatten sich die Umsatzzahlen verschlechtert. Der Saldo liegt dementsprechend bei einem tendenziell hohen positiven Wert (+16).

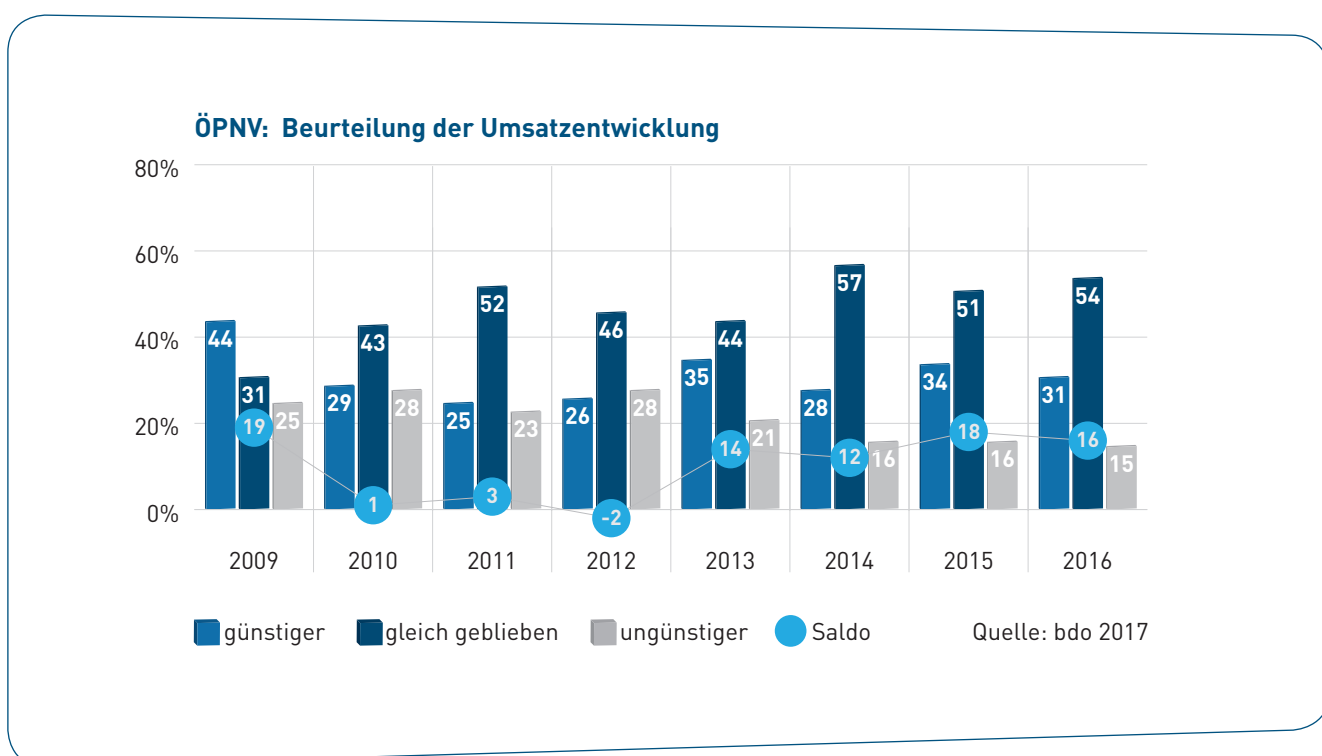


Abb. 13: Umsatzentwicklung des ÖPNV

### Gewinnentwicklung: Abwärtstrend

Obwohl die Umsatzzahlen sehr positiv ausfallen, kann dies für die Gewinnentwicklung nicht behauptet werden. Der Saldo landet bei -4, da mehr Unternehmen eine schlechtere (27 %), als eine zufriedenstellende Gewinnentwicklung (23 %) festgestellt haben. Der prozentuale Anteil an Unternehmen, die von gleichbleibenden Entwicklungen sprechen, ist zum Vorjahr um 4 Prozent auf 50 Prozent gestiegen.

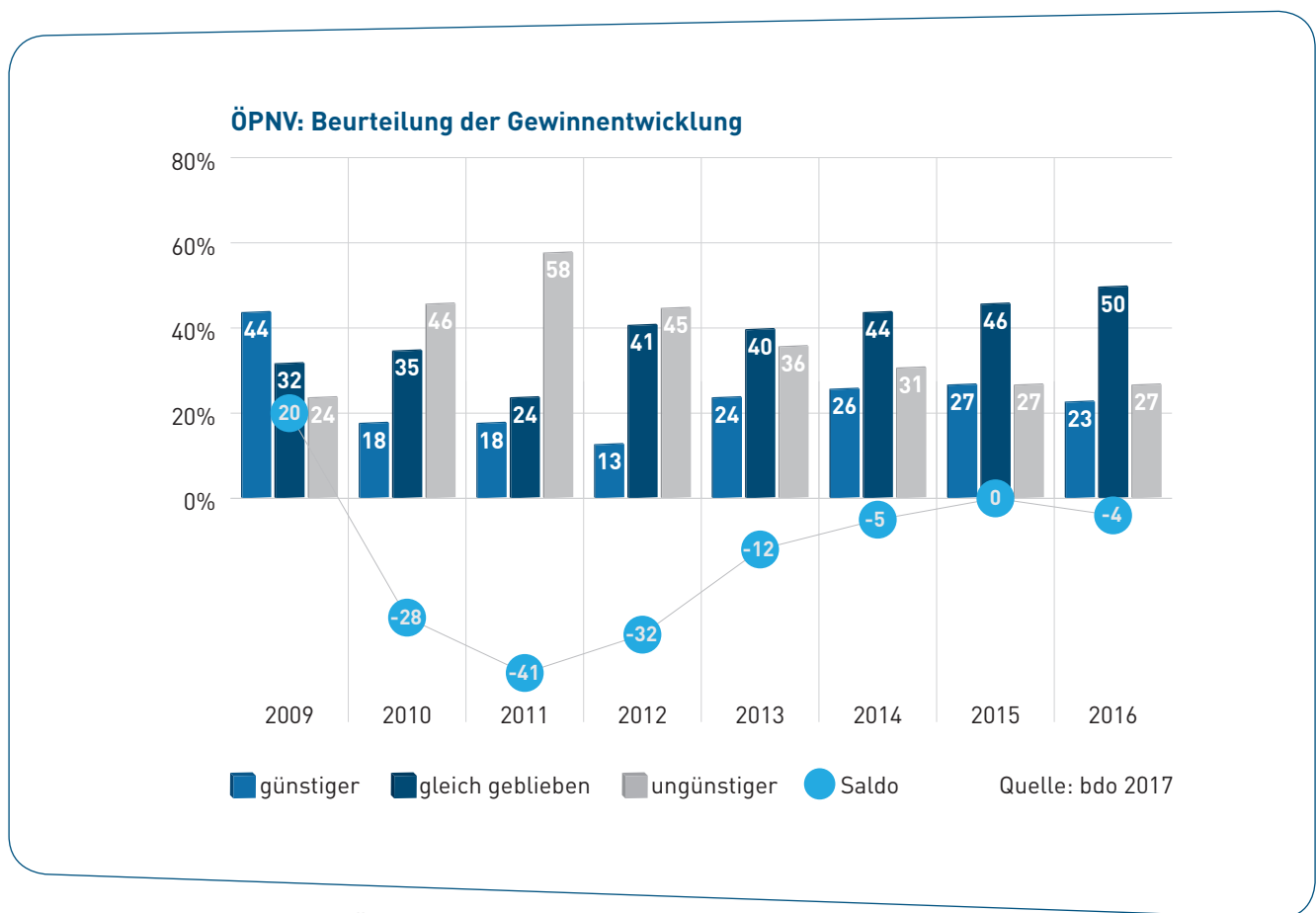


Abb. 14: Gewinnentwicklung des ÖPNV

### Fahrgastzahlen: Saldo verdoppelt

Die Fahrgastzahlen haben sich laut Einschätzung der Busunternehmer stark erhöht. Der Saldo ist doppelt so hoch wie im Vorjahr (2015: +8; 2016: +18) und erreicht damit den höchsten Wert seit 2009 (+26). Rund 88 Prozent geben an, dass die Anzahl an Fahrgästen zum Vorjahr gestiegen oder zumindest gleichgeblieben ist. Nur 17 Prozent bewerten die ÖPNV Fahrgäste schlechter als im Vorjahr.

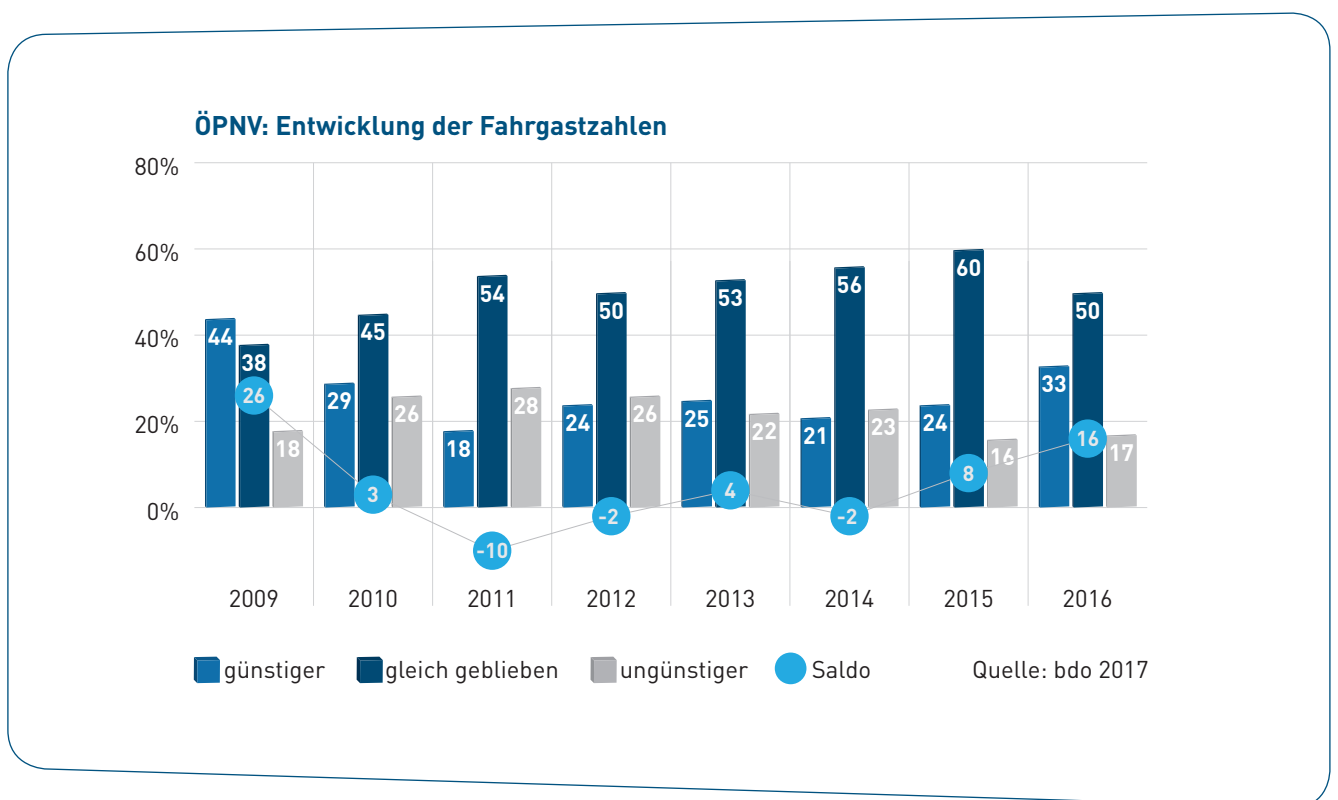


Abb. 15: Fahrgastzahlen des ÖPNV

## Trends im Öffentlichen Personennahverkehr

### Aktuelle Hauptzielgruppen

Die Hauptzielgruppe im ÖPNV-Segment sind die Studenten, Schüler und Kinder. Rund 91 Prozent aller Unternehmer benennen diese Gruppe als eine ihrer wichtigsten Kunden. Die zweithäufigste Gruppe sind die Best Ager bzw. Senioren, die von rund 46 Prozent der Busunternehmer benannt werden. Anschließend folgen die mobilitätseingeschränkten Fahrgäste (25 %), Familien (15 %) und Singles (11 %).

### Hauptzielgruppe/n im Bereich Öffentlichen Personennahverkehr

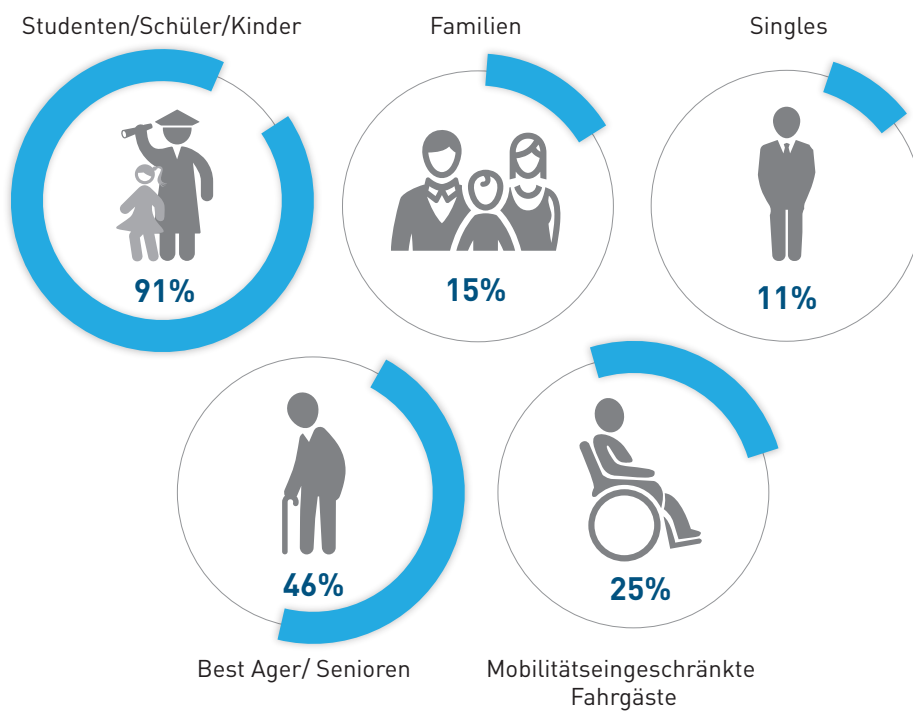


Abb. 16: Hauptzielgruppen ÖPNV

### Zielgruppen mit Potenzial

53 Prozent glauben, dass zukünftig Best Ager bzw. Senioren stärker als Zielgruppe in den Fokus geraten werden. Rund die Hälfte (51 %) aller Teilnehmer glaubt, dass auch die Schüler, Studenten und Kinder zukünftig noch stärker den ÖPNV in Anspruch nehmen werden. Als zukünftig interessante Zielgruppe werden Familien von rund 30 Prozent der befragten Unternehmern genannt und Mobilitätseingeschränkte von rund 28 Prozent.

#### Zielgruppe/n mit Potenzial im Bereich Öffentlichen Personennahverkehr

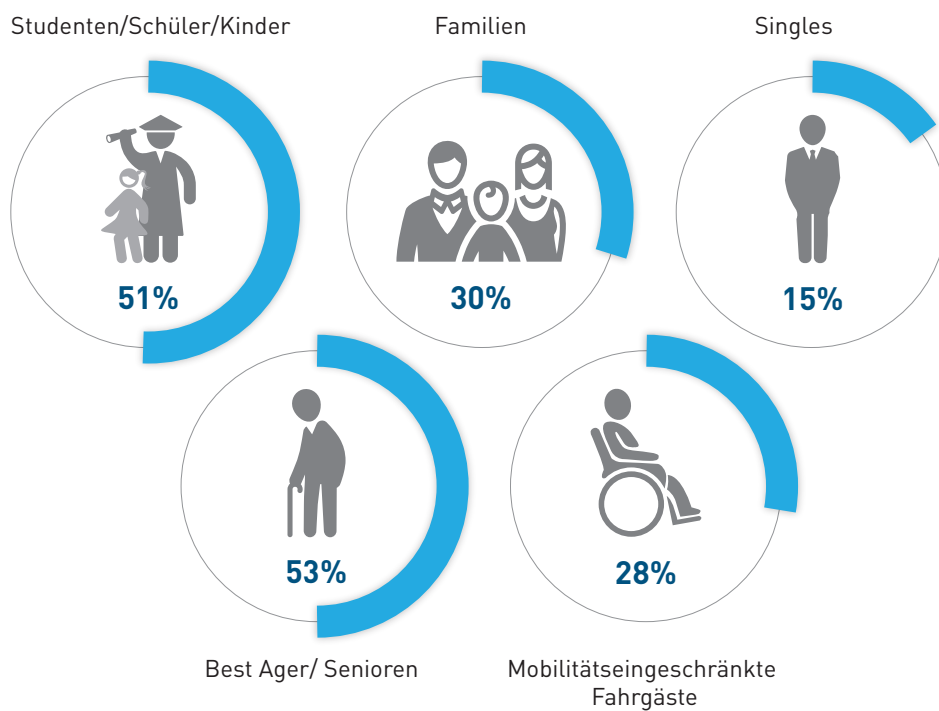


Abb. 17: Zielgruppen mit Potenzial im ÖPNV

## Zukunftstrends Öffentlicher Personennahverkehr

Rund 77 Prozent aller Unternehmen, die im Öffentlichen Personennahverkehr tätig sind, machen sich vermehrt **Sorgen aufgrund der europaweiten Ausschreibungswettbewerbe**. Insgesamt befürchten rund 60 Prozent der Befragten zukünftig eine **nicht ausreichende Berücksichtigung des Vorrangs der Eigenwirtschaftlichkeit**. Mehr als die Hälfte aller teilgenommenen Unternehmen aus dem Bereich ÖPNV gehen von einer **fortlaufend sinkenden Anzahl an Schülerverkehren** aus (55 %). **Rückläufige Fahrgastzahlen** befürchten insgesamt rund 38 Prozent.

## Herausforderungen im Öffentlichen Personennahverkehr

Mehr als die Hälfte aller Unternehmer sieht die größten Herausforderungen für ihre eigene betriebliche Entwicklung zukünftig bei den bestehenden **gesetzlichen Rahmenbedingungen** (56 %). Rund 50 Prozent befürchten zukünftig **von Konkurrenzangeboten verdrängt** zu werden. Hinsichtlich der **derzeitigen Sozialvorschriften** (43 %) äußern die Unternehmer für das eigene Geschäft große Bedenken. Besonders für kleine Unternehmen (bis 5 Busse) sind die Vorschriften nicht ausreichend praktikabel (62 %). Auch bei der **Einführung einer blauen Plakette** (43 %) befürchtet ein Großteil der Unternehmer eine Herausforderung für den eigenen Betrieb. Die Entwicklung der **Energiepreise** bereitet rund 42 Prozent der Busunternehmer Sorgen. Sie befürchten zukünftig einen Anstieg der Preise nach

der länger anhaltenden Tiefpreisphase. Auch der **steigende administrative Aufwand** wird von ebenso vielen Unternehmern (42 %) kritisch bewertet. Mit steigender Unternehmensgröße wird parallel auch der administrative Aufwand häufiger als Herausforderung benannt (kleine Unternehmen – bis 5 Busse: 24 %; mittlere Unternehmen – 6 – 20 Busse: 36 %; große Unternehmen – über 20 Busse: 51 %).

Vor allem im ÖPNV wird der **Fahrermangel** besonders stark bemängelt. Rund 62 Prozent der Unternehmen beklagen sich über fehlendes Fahrpersonal. Der Bedarf ist so hoch, dass insgesamt 39 Prozent der Unternehmen **aufgrund der Situation bestimmte Fahrten nicht anbieten können**. Zu beobachten ist, dass im Speziellen mittelgroße Unternehmen (6 – 20 Busse) von dieser Problematik betroffen sind (67 %).

## Prognose - Ausblick

Obwohl die Geschäftslage für das Jahr 2016 zufriedenstellend von den Busunternehmen bewertet wurde und auch die Umsatzzahlen, und die Fahrgastzahlen ein positives Saldo verzeichnen konnten, äußern sich die Unternehmen bei ihrer Einschätzung für das kommende Geschäftsjahr sehr skeptisch. Mit einem Negativsaldo von -23 wird deutlich, dass die zahlreichen Herausforderungen innerhalb der Branche den Unternehmer kritisch in die Zukunft blicken lassen. Lediglich 10 Prozent der Befragten gehen von einer Verbesserung der Geschäftslage für 2017 aus.

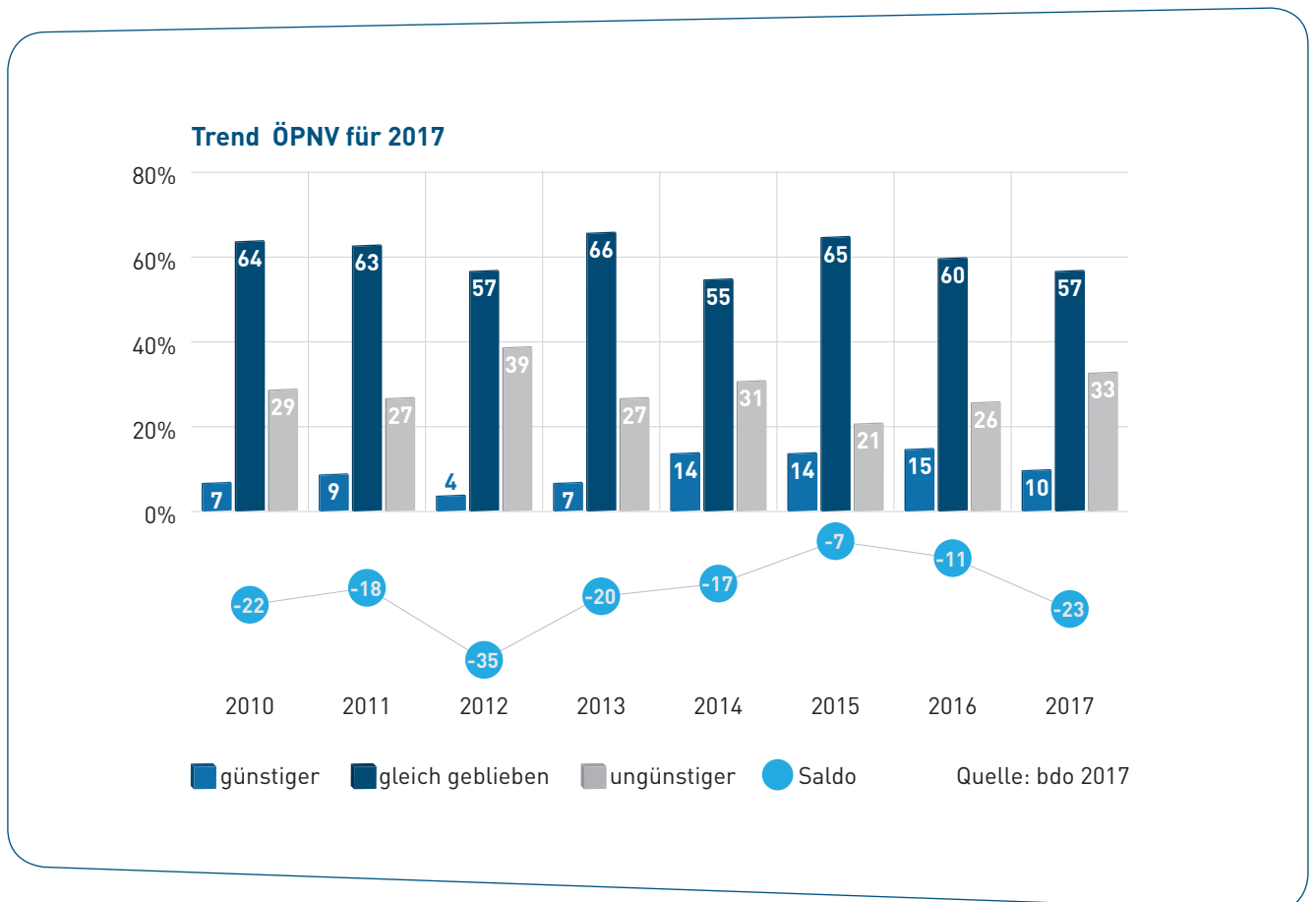


Abb. 18: Prognose 2017 zum ÖPNV



### 3 Fernlinienverkehr

Die an der bdo-Konjunkturumfrage beteiligten Unternehmen aus dem Fernlinienverkehr setzen sich zusammen aus 80 Prozent Subunternehmer und 20 Prozent Konzessionsinhabern.

#### Geschäftslage: erneuter Höchststand

Die allgemeine Geschäftslage wird von den Unternehmen im Fernbuslinienverkehr im Vergleich zum Vorjahr als sehr gut bewertet. Rund 41 Prozent der im Fernlinienverkehr tätigen Unternehmen bewerten die Geschäftslage als besser und nur 21 Prozent beurteilen diese als ungünstiger zum Jahr zuvor. Im vierten Jahr des Bestehens des Marktes steigt der Saldo demnach sogar um 12 Punkte gegenüber den Vorjahren auf 20. Damit hat sich der Markt endgültig etabliert und bietet ein solides Betätigungsfeld für die mittelständische private Busbranche.

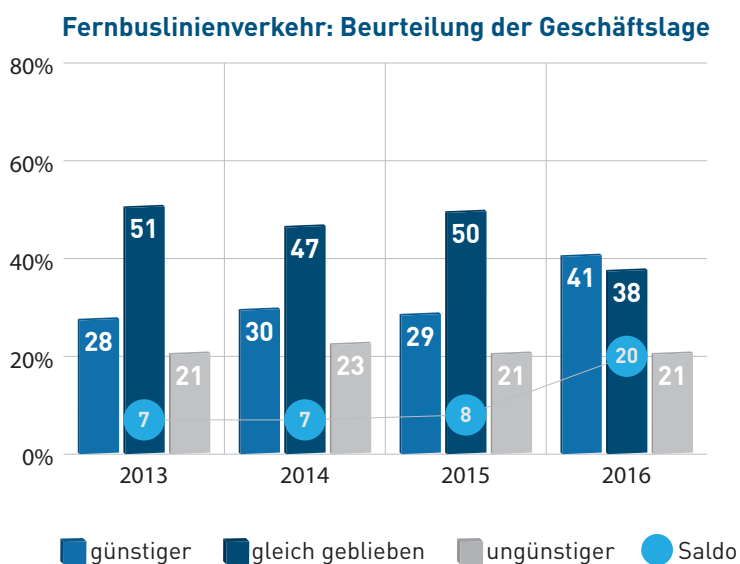


Abb. 19: Geschäftslage des Fernlinienverkehrs

### Umsatzentwicklung: Gleichbleibend positiv

Die Umsatzentwicklung bleibt weiterhin mehr als zufriedenstellend. Mit einem positiven Saldo von 27 liegt der Wert trotz kleinem Abstieg um 3 Punkte zum Vorjahr dennoch auf einem sehr hohen Niveau. Nahezu die Hälfte der Unternehmer (48 %) gab an, dass sich die Umsatzentwicklung im Jahr 2016 verbessert hatte, weitere 31 Prozent beurteilen diese als gleichgeblieben und nur 21 Prozent haben eine Verschlechterung festgestellt.

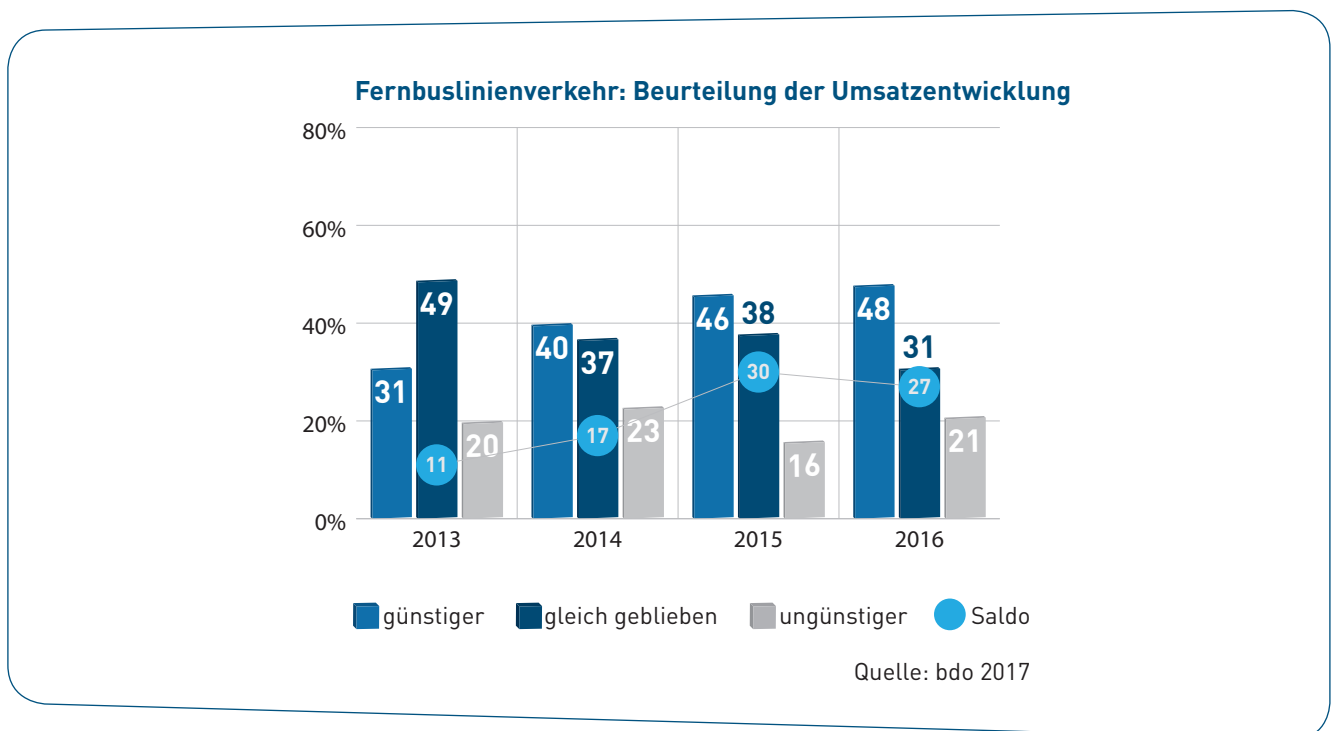


Abb. 20: Umsatzentwicklung des Fernlinienverkehrs

## Gewinnentwicklung: erstmals im positiven Bereich

Im vierten Jahr seit der Liberalisierung des Fernbusverkehrs konnte erstmals ein positiver Saldo verzeichnet werden. Mit einem Anstieg von 17 Punkten zum Vorjahressaldo liegt der Wert für 2016 bei + 7. 38 Prozent der Befragten konnten Zuwächse verbuchen, während 31 Prozent Rückgänge feststellen mussten.

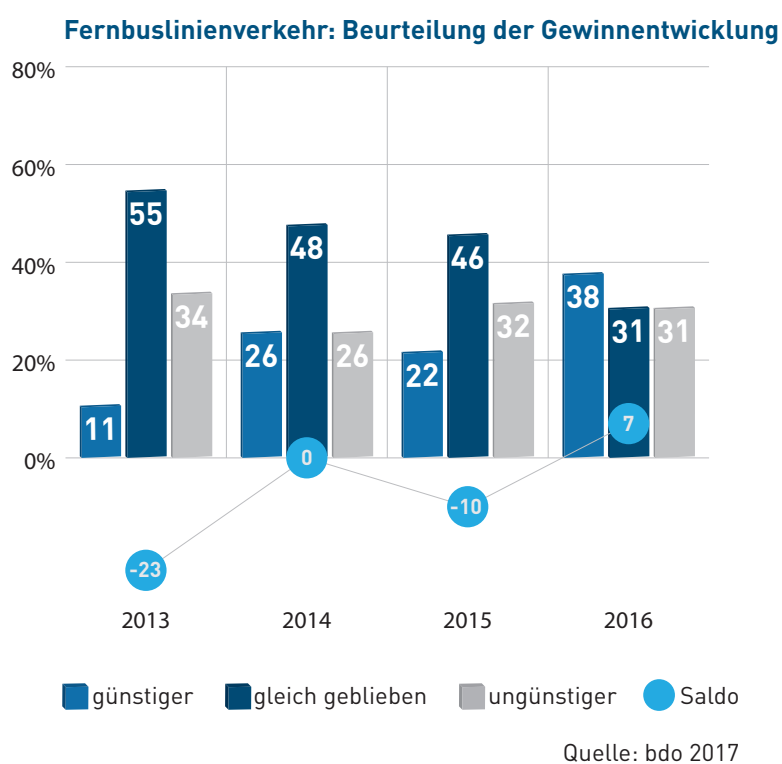


Abb. 21: Gewinnentwicklung des Fernlinienverkehrs

### Fahrgastzahlen: steiler Anstieg

Die Mehrheit der Busunternehmer (58 %) konnte eine Zunahme an Fahrgästen verzeichnen. Über gleich hohe Fahrgastzahlen berichten 28 Prozent der befragten Unternehmer und nur 14 Prozent, somit 2 Prozent weniger als im Vorjahr, berichten von einem Rückgang an Fahrgästen im eigenen Unternehmen. Der Saldo liegt dementsprechend auf einem Rekordhoch von +44 und übersteigt den bereits sehr hohen Wert aus dem Jahr 2015 (+27) um weitere 17 Punkte.

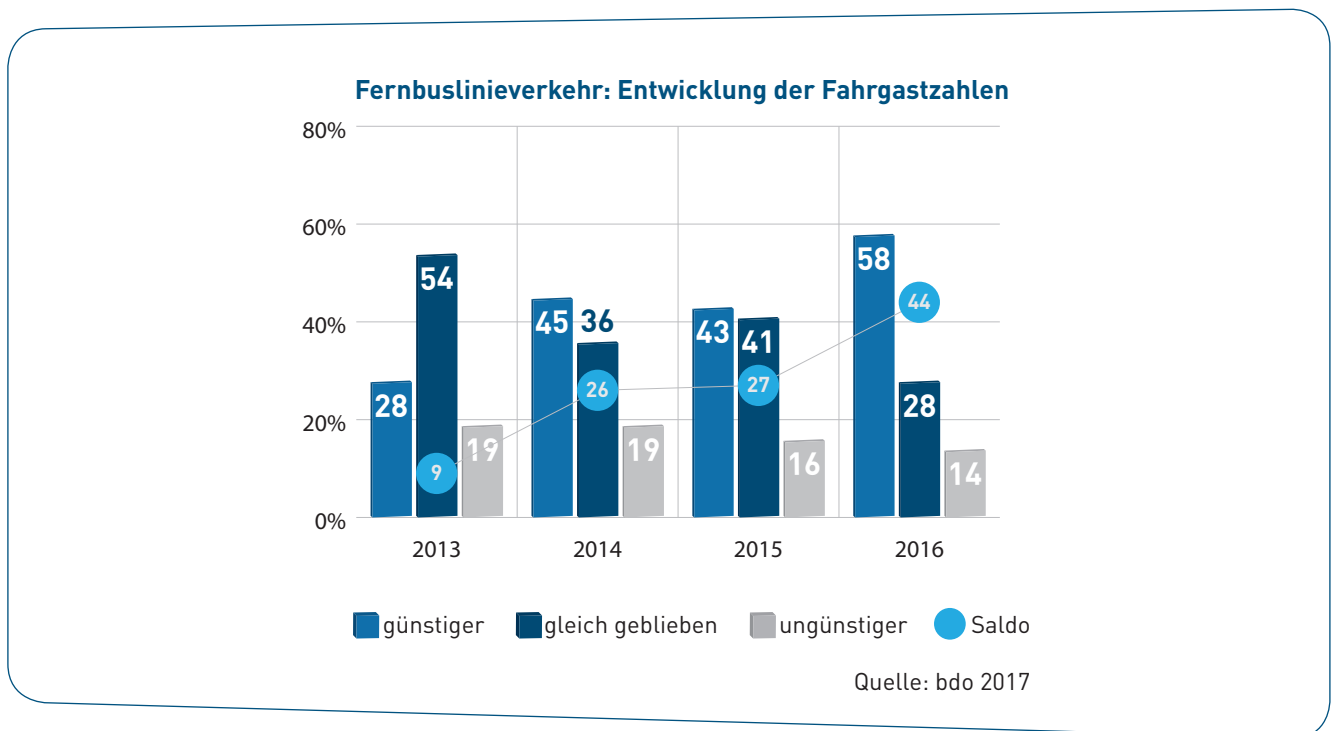


Abb. 22: Fahrgastzahlen des Fernlinienverkehrs

## Trends im Fernlinienverkehr

### Aktuelle Hauptzielgruppen

Im Fernlinienverkehr sind Studenten, Schüler und Kinder die wichtigste Hauptzielgruppe. Rund 87 Prozent der befragten Unternehmen benannten diese Gruppe zu ihrer bzw. zu einer ihrer Hauptzielgruppe/n. An zweiter Stelle liegen Singles und Best Ager/Senioren gleichauf. 63 Prozent aller im Fernlinienverkehr tätigen Unternehmen sehen in diesen zwei Gruppen ihre Hauptzielgruppen. Mehr als ein Viertel der Unternehmer (27 %) gab an, dass Familien zu den wichtigsten Kunden zählen. Mobilitätseingeschränkte Gäste gehören bei 10 Prozent der befragten Busunternehmer zur Hauptzielgruppe.

### Hauptzielgruppe/n im Bereich Fernlinienverkehr

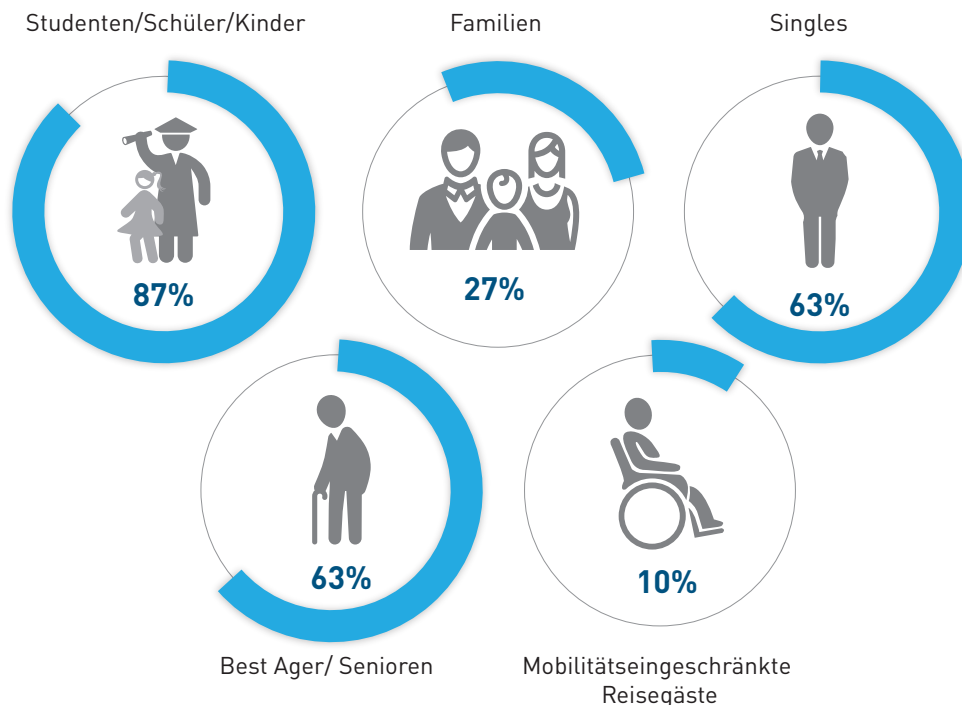


Abb.23: Hauptzielgruppen Fernlinienverkehr

### Zielgruppen mit Potenzial

Die im Fernlinienverkehr tätigen Unternehmen gehen zukünftig davon aus, dass vor allem Best Ager/Senioren als Zielgruppe noch stärker zunehmen werden (80 %). An zweiter Stelle der zukünftig interessanten Zielgruppen werden die Studenten, Schüler und Kinder erwähnt (70 %). Rund 43 Prozent der befragten Unternehmer glauben, dass Singles und Familien eine interessante Zielgruppe für Fernlinienverkehr sind und zukünftig noch stärker diesen Verkehr nutzen werden. Mobilitätseingeschränkte Reisende bleiben aus Sicht der Unternehmer weiterhin eine Nischenzielgruppe (13 %).

#### Zielgruppe/n mit Potenzial im Bereich Fernlinienverkehr

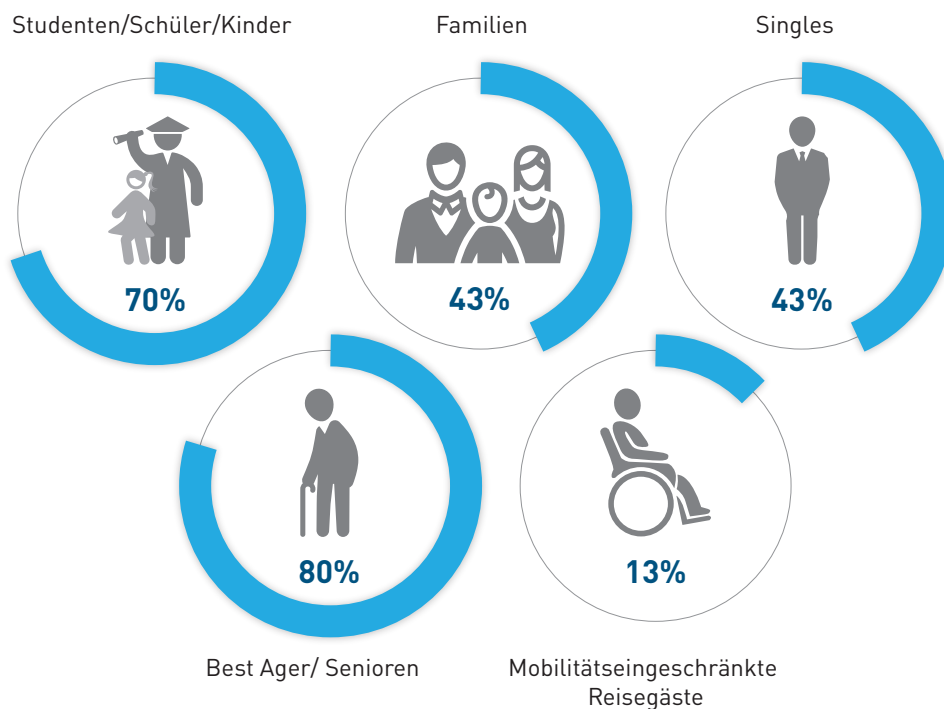


Abb. 24: Zielgruppen mit Potenzial im Fernlinienverkehr

## Zukunftstrends Fernlinienverkehr

Rund 73 Prozent der befragten Unternehmen gehen davon aus, dass zukünftig die **europaweite Streckenverknüpfung** immer stärker zunimmt. Von einer zunehmenden **Ausweitung des Streckennetzes** gehen rund 60 Prozent der Fernlinienverkehrsunternehmen aus. Ein weiterer Zukunftstrend ist die fortlaufende **Marktkonzentration**, die von rund 57 Prozent benannt wird. Mehr als ein Drittel der Befragten (37 %) geht davon aus, dass die **Erschließung ländlicher Räume** weiter zunehmen wird. Ebenso viele gehen vom Gegenteiligen aus und glauben, dass eine **Konzentration auf Städteverbindungen** erfolgen wird. Einen **Preiskampf**

zwischen Fernbusanbietern prognostizieren 33 Prozent der Unternehmen und von **sinkenden Fahrgastzahlen** gehen lediglich 7 Prozent der Befragten aus.

Ein großer Teil der Unternehmer sieht in der zunehmenden **Digitalisierung eine Chance** für das eigene Geschäft (43%). Ebenfalls hoch wird die Einschätzung über **alternativen Antriebsformen** für das eigene Unternehmen beurteilt. 43 Prozent glauben, dass z.B. der Elektroantrieb eine wichtige Entwicklung für den Fernlinienverkehr sein wird.

## Herausforderungen Herausforderungen im Fernlinienverkehr

Die am häufigsten genannte Herausforderung für die eigene betriebliche Entwicklung ist mit Abstand die Einführung einer **Busmaut**. Insgesamt 71 Prozent der Befragten äußerten sich besorgt über die immer wiederkehrende Diskussion über die Einführung einer solchen Maut. **Barrierefreiheit** ist derzeit ebenfalls ein großes Thema im Fernlinienverkehr. Seit 01.01.2016 sind für alle Neufahrzeuge, die im Fernlinienverkehr unterwegs sind, zwei Rollstuhlplätze verpflichtend. Ab 01.01.2020 wird diese Voraussetzung auf alle Fernbusse ausgeweitet, unabhängig vom Baujahr. Die Umfragezahlen verdeutlichen, dass diese gesetzliche Verpflichtung große Sorgen bei den Unternehmern verursacht. Rund 57 Prozent bewerten diese Entwicklung

als eine der größten betrieblichen Herausforderungen. Auch **Mindestlohngesetze & Entsenderegelungen** (57 %) und der **Preisverfall** (57 %) innerhalb der Branche bereiten den Befragten zunehmend Bauchschmerzen. Kritisch betrachten die Unternehmer auch folgende Entwicklungen für ihren eigenen Betrieb: der stetig zunehmende **administrative Aufwand** (43 %), die fortlaufende Diskussion um Verschärfung der **Umweltzonen** (43 %), die wenig auf die Bedürfnisse des Personenverkehrs zugeschnittenen **Sozialvorschriften** (43 %), und auch die **Verdrängung durch Konkurrenzanbieter** (43 %). Die **steigende Terrorgefahr bringt eine Verschiebung in der Wahl von Zieldestinationen** mit sich. Im Fernbuslinienverkehr haben 71 Prozent der Unternehmen festgestellt, dass gewisse Zieldestinationen nicht mehr nachgefragt werden.

### Prognose - Ausblick

Die Fernbusunternehmen blicken nach einer sehr verhaltenen Prognose im Jahr zuvor wieder sehr positiv in die Zukunft. Über die Hälfte der befragten Unternehmen (52 %) geben an, dass sie für das laufende Jahr von günstigeren Geschäftsbedingungen ausgehen, weitere 27 Prozent glauben an eine gleichbleibende Geschäftslage und lediglich 21 Prozent sehen der Zukunft skeptisch entgegen. Insgesamt ergibt sich ein positiver Saldo von 31, der zum Jahr zuvor um 31 Punkte gestiegen ist.

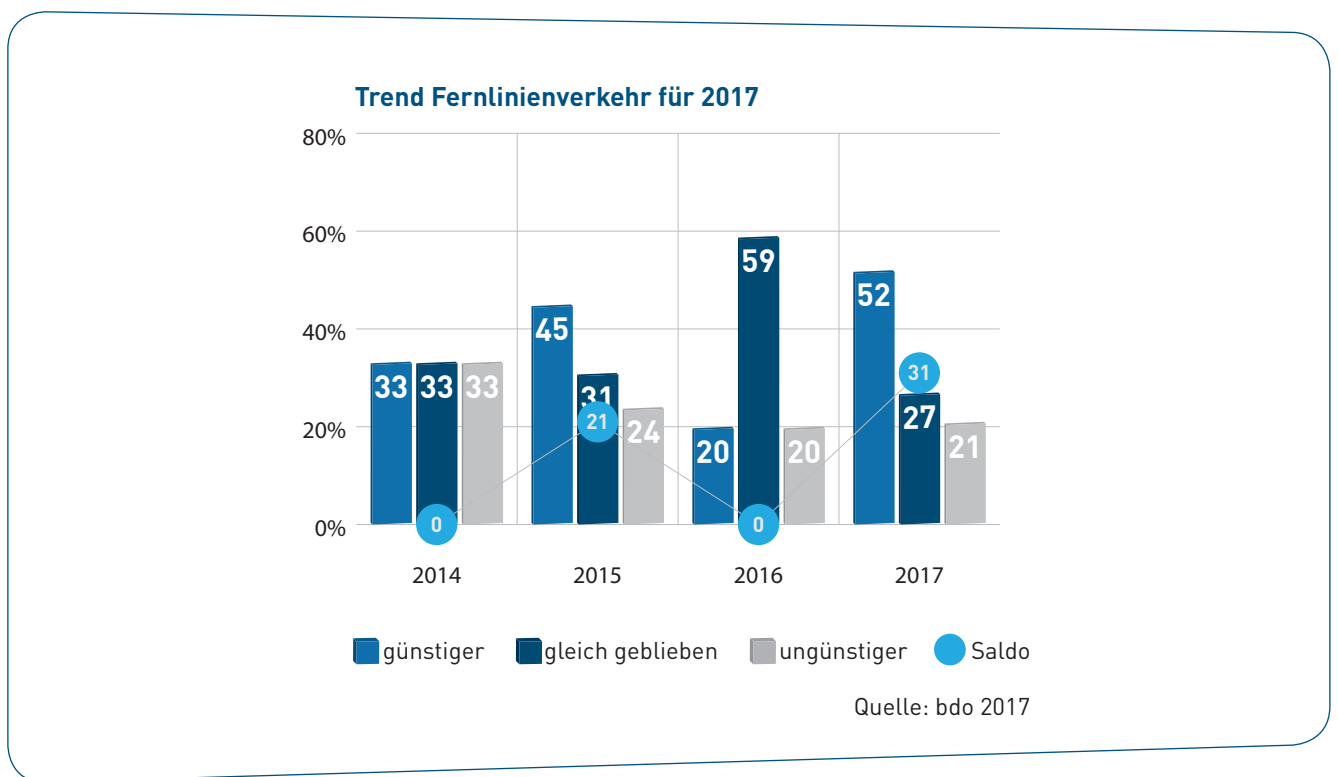


Abb. 25: Prognose 2017 zum Fernlinienverkehr



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

Technische Auswertung,  
Redaktion, Layout & Gestaltung:  
Nina Czaja  
nina.czaja@bdo.org

in Zusammenarbeit mit  
Potter Promotion, potter.ag