

# Konjunkturumfrage 2009





**Der Bundesverband Deutscher Omnibusunternehmer (bdo) ist der Spitzenverband des deutschen Busgewerbes. Er repräsentiert rund 3.000 private und mittelständische Unternehmen, die im öffentlichen Personennahverkehr und im Bus-tourismus engagiert sind.**

## IMPRESSUM

Herausgeber:

Bundesverband Deutscher Omnibusunternehmer e.V. (bdo)  
Reinhardtstraße 25  
10117 Berlin

Tel. 030 / 240 89-3 00  
info@bdo-online.de  
www.bdo-online.de

Projektleitung: Ulrike Münzner und Martin Kaßler

© 2010 bdo, Berlin

Das Werk und seine Teile sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung in anderen als den gesetzlich zugelassenen Fällen bedarf der vorherigen schriftlichen Einwilligung des bdo. Bei Veröffentlichung ist die Quelle bdo anzugeben.

## INHALT

<b>Vorwort</b> .....	4
<b>Bustouristik</b>	
Geschäftslage .....	5
Umsatzentwicklung .....	6
Gewinnentwicklung .....	7
Geschäftsbereiche .....	8
In- und Auslandsmarkt .....	11
Bustouristische Trends .....	12
Fazit für 2009 in der Bustouristik .....	13
Prognose für das Geschäftsjahr 2010 in der Bustouristik .....	14
<b>Öffentlicher Personennahverkehr</b>	
Geschäftslage .....	15
Umsatzentwicklung .....	16
Gewinnentwicklung .....	17
Fazit 2009 im ÖPNV .....	17
Perspektiven im ÖPNV aus Sicht der Unternehmen .....	18
<b>Einige Hemmnisse des Deutschen Busgewerbes</b> .....	19
<b>Prognose 2010</b> .....	21

## Busbranche trotz der Krise in 2009 – Ausblick für 2010 jedoch ernüchternd

Nicht so schlimm wie erwartet traf das Krisenjahr 2009 die deutschen Busunternehmer. Dies ist das überraschende Ergebnis der aktuellen Konjunkturumfrage des Spitzenverbandes der deutschen Busbranche. Während andere Branchen starke Umsatzeinbußen zu verzeichnen hatten, verbuchten Busunternehmen teilweise sogar deutliche Zuwächse.

Insbesondere der Ausflugsverkehr, eigen veranstaltete Busreisen, aber auch der klassische Anmietverkehr trugen zu diesem guten Ergebnis bei. Letzterer konnte um durchschnittlich 15 Prozent zu legen.

Der bustouristische Trend „kurz, preiswert, nah“ bestätigt sich nicht nur in den Trendausagen der Unternehmer, sondern auch in einer realen Zunahme des Deutschlandreisegeschäftes um elf Prozent. Fahrten in das europäische Ausland sind dagegen weiter rückläufig.

Ebenso gab es 2009 bei den mittelständischen Omnibusunternehmen Zuwächse im öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV). Eine positive Umsatzentwicklung von plus 2,9 Prozent und leicht zunehmende Fahrgastzahlen kennzeichnen diese Entwicklung.

Wie von Experten bereits prognostiziert und nun auch von den Unternehmen bestätigt, wird das laufende Geschäftsjahr 2010 jedoch schlechter ausfallen. Damit hält die konjunkturelle Krise zeitverzögert doch noch Einzug in den Bustourismus, aber auch in den Nahverkehr.

Neben einem veränderten Nachfrageverhalten der Verbraucher wirken sich hier auch weiter erschwerte Rahmenbedingungen aus. Dies sind im Tourismus immer noch die steuerlichen Nachteile des umweltfreundlichsten Verkehrssystems gegenüber dem Flugverkehr sowie die Subventionspolitik des Staates pro Bahn. Auch der eingeführte Flickenteppich von mittlerweile mehr als 40 verschiedenen Umweltzonen bundesweit benachteiligt die mittelständische Branche massiv. Im ÖPNV hingegen stehen wichtige Finanzierungsströme weiter auf dem Prüfstand. Die Busförderung wurde mit wenigen Ausnahmen flächendeckend abgeschafft und die Ausgleichsleistungen für den Schülerverkehr und die Schwerbehindertenbeförderung in den letzten Jahren um zwölf Prozent reduziert. Das schlägt sich in höheren Fahrpreisen und in Gewinneinbußen bei den Unternehmen wieder.

## Zur bdo-Konjunkturumfrage 2009

An der diesjährigen Konjunkturumfrage des Bundesverbandes Deutscher Omnibusunternehmer (bdo) nahmen 157 Busunternehmen teil. Die Befragung erhob Daten aus dem vergangenen Jahr und spürte Trends und Geschäftserwartungen für das laufende Jahr 2010 nach.

Da sich das Stimmungsbild in den Sparten Bustouristik und ÖPNV zumeist sehr uneinheitlich darstellt, werden die Geschäftserwartungen separat betrachtet. Bei 41 Prozent der befragten Unternehmen liegt der Unternehmensschwerpunkt in der Bustouristik. 34 Pro-

zent der Befragten führt überwiegend Verkehre im ÖPNV durch. In beiden Bereichen gleichermaßen sind 24 Prozent der Unternehmen tätig.

Die Busbranche ist tendenziell klein und mittelständisch geprägt. Die teilgenommen Unternehmen verfügen im Durchschnitt über 6 Reisebusse, 14 Linienbusse, 4 gemischt einsetzbare Omnibusse und 34 Beschäftigte.

Für die Darstellung der Konjunkturergebnisse werden zumeist Salden verwendet, welche die Differenz zwischen „Besser“- und „Schlechter“-Anteilen im Vergleich zum Vorjahr ausweisen.

## BUSTOURISTIK

### Geschäftslage

Busunternehmer blicken auf ein gutes Geschäftsjahr 2009 zurück. Während zwar 31 Prozent der Befragten ihre allgemeine Geschäftslage als schlechter einstufen, steigt die Zahl derer, die ihre Situation als besser einschätzen

(37 Prozent). Damit war die generelle Stimmung in der Bustouristik 2009 um 13 Prozentpunkte besser als im Vorjahr, denn der Saldo aus positiven und negativen Geschäftserwartungen steigt auf plus sechs Prozent.

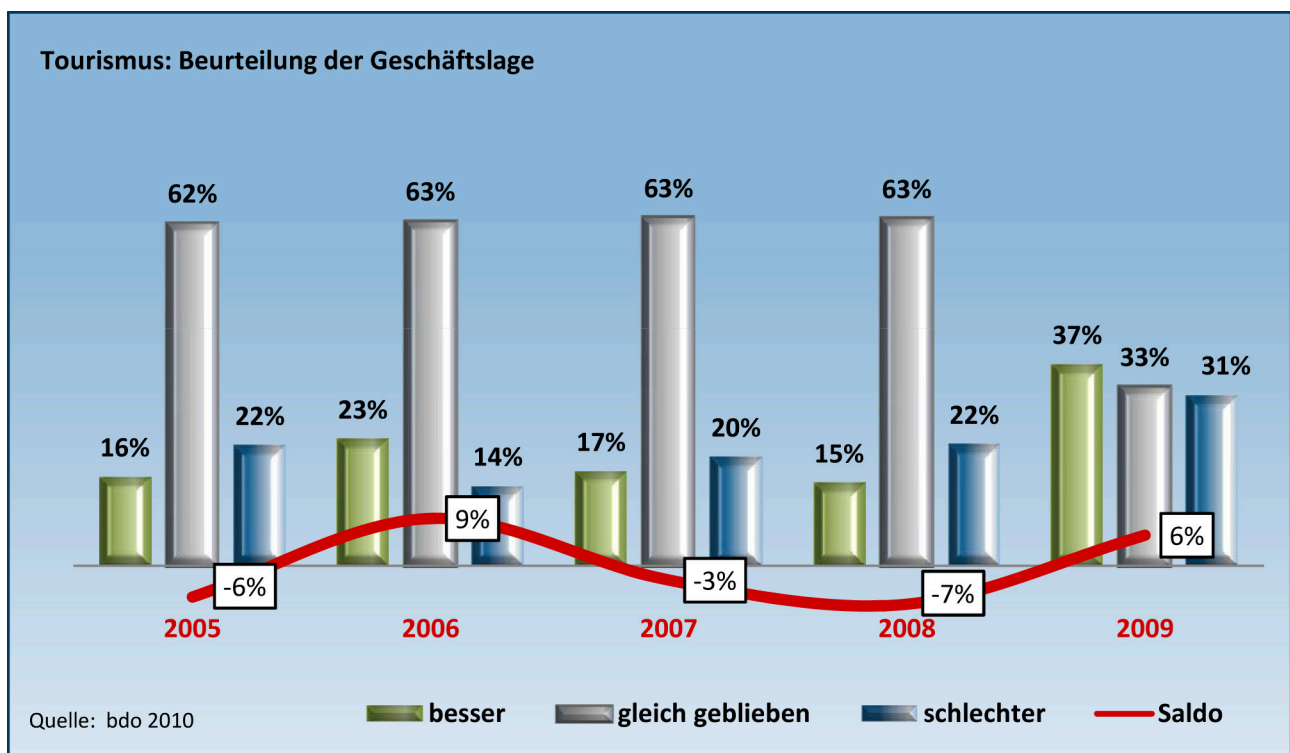


Abb. 1: Geschäftslage im Zeitraum 2005-2009

### Umsatzentwicklung

Für das zurückliegende Jahr beurteilte das Busgewerbe die Umsatzentwicklung mehrheitlich gut oder befriedigend. Der Saldo aus positiven und negativen Lageurteilen steht im Jahr 2009 fünf Prozentpunkte besser als im Vorjahr und steigt auf einen Saldo von acht Prozent. 44 Pro-

zent der Unternehmer verzeichnen steigende Umsätze, während nur 36 Prozent Verschlechterungen registrieren. Insgesamt ist im Durchschnitt von einem einprozentigen Umsatzverlust auszugehen (vgl. Abb. 11).

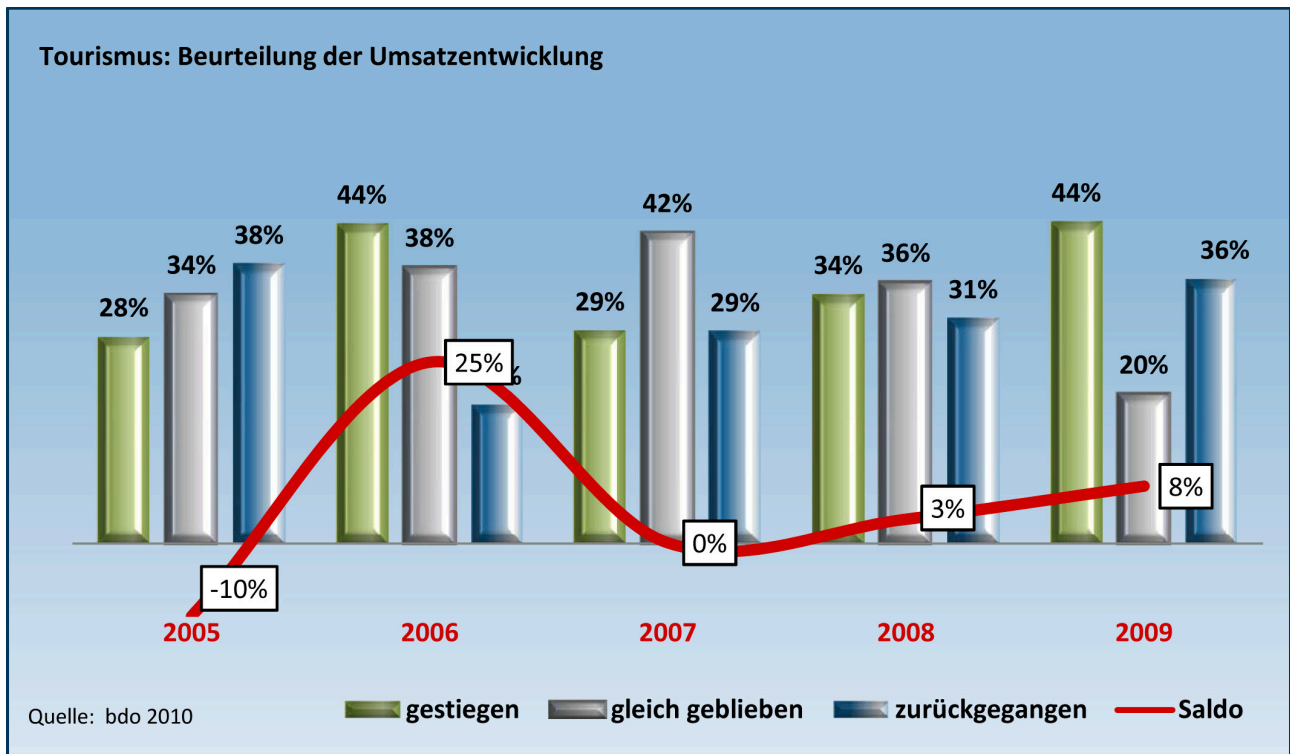


Abb. 2: Umsatzentwicklung der Geschäftsjahre 2005 – 2009



### Gewinnentwicklung

Hinsichtlich der Gewinnsituation erlebte die Mehrheit der Bustouristiker ein besseres Jahr als 2008. Im Gegensatz zu den Vorjahren hat sich die Gewinnsituation im Jahr 2009 erstmals wieder verbessert. Der Vorjahressaldo von minus 40 Prozent stieg 2009 auf plus sechs Prozent. 43 Prozent der Omnibusunternehmen

gaben gestiegene Gewinne an, aber immerhin noch 37 Prozent der Unternehmer haben mit einer negativen Gewinnentwicklung zu kämpfen. Augenscheinlich profitieren die Busbetriebe von sinkenden Treibstoffkosten und zunehmendem Inlandstourismus.

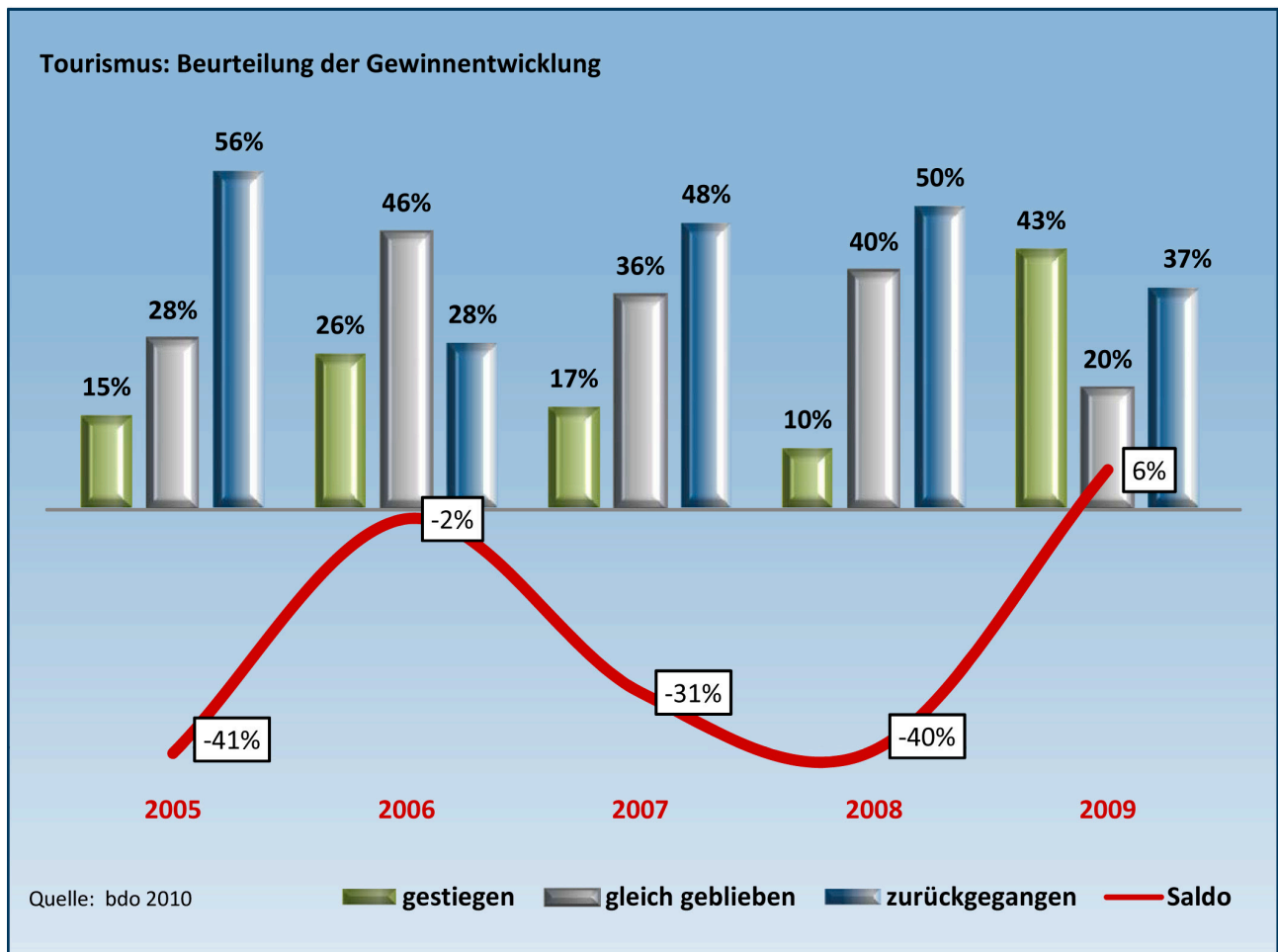


Abb. 3: Gewinnentwicklung der Geschäftsjahre 2005 – 2009

### Geschäftsbereiche

Mit Blick auf einzelne Marktsegmente im Bustourismus beurteilten die Unternehmen alle Bereiche besser als im Vorjahr. Der Geschäftsbereich „Eigenveranstaltete Busreisen“

verzeichnet starke Zuwächse. Der Saldo aus positiven und negativen Einschätzungen steigt vom absoluten Tiefstand des letzten Jahres auf plus 16 Prozent.

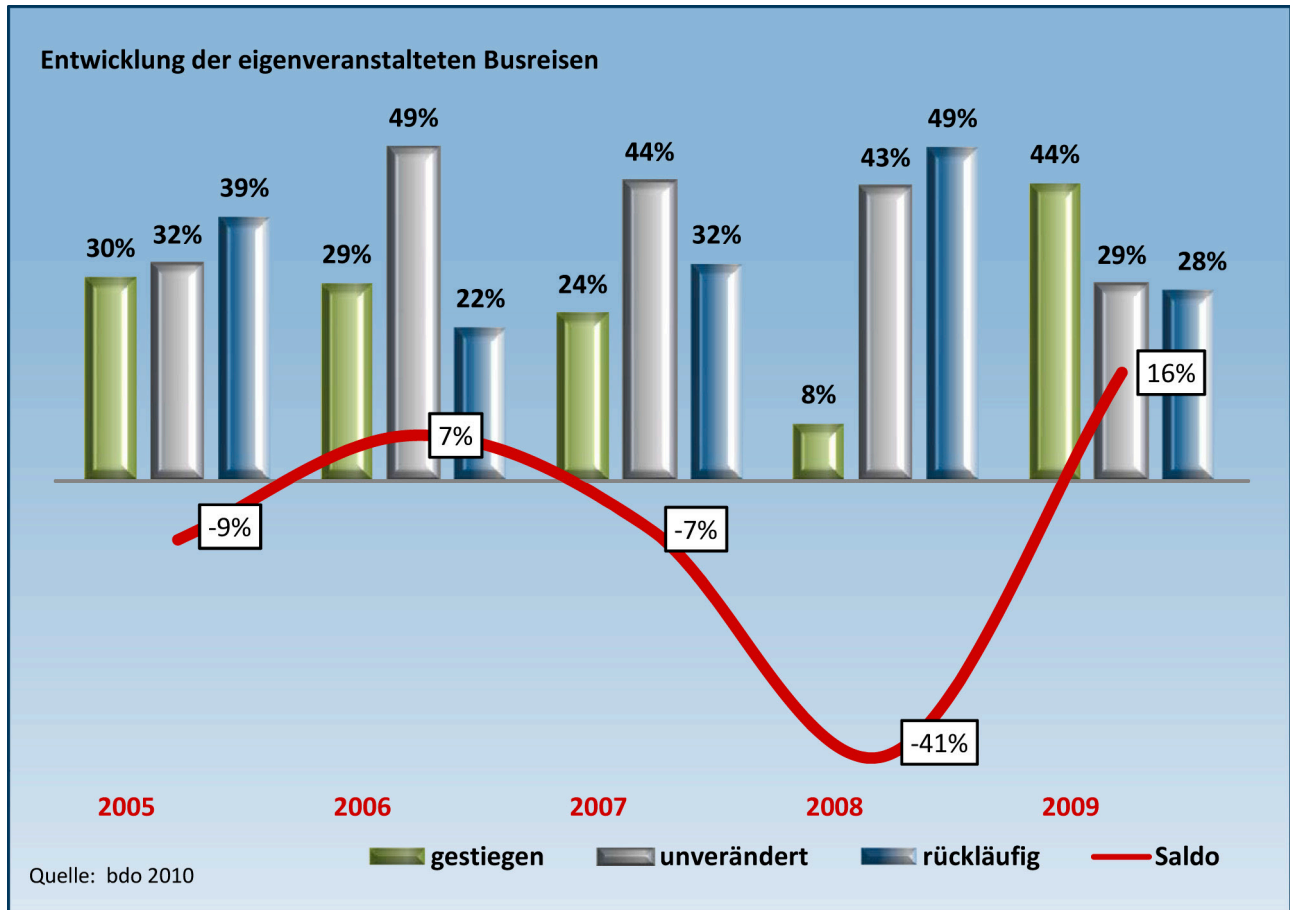


Abb. 4: Eigenveranstaltete Reisen



Ebenso positive Tendenzen verzeichnet der Ausflugsverkehr. Im Gegensatz zum Einbruch im Vorjahr erzielen die Ausflugsfahrten nunmehr einen Saldo von plus 16 Prozent.

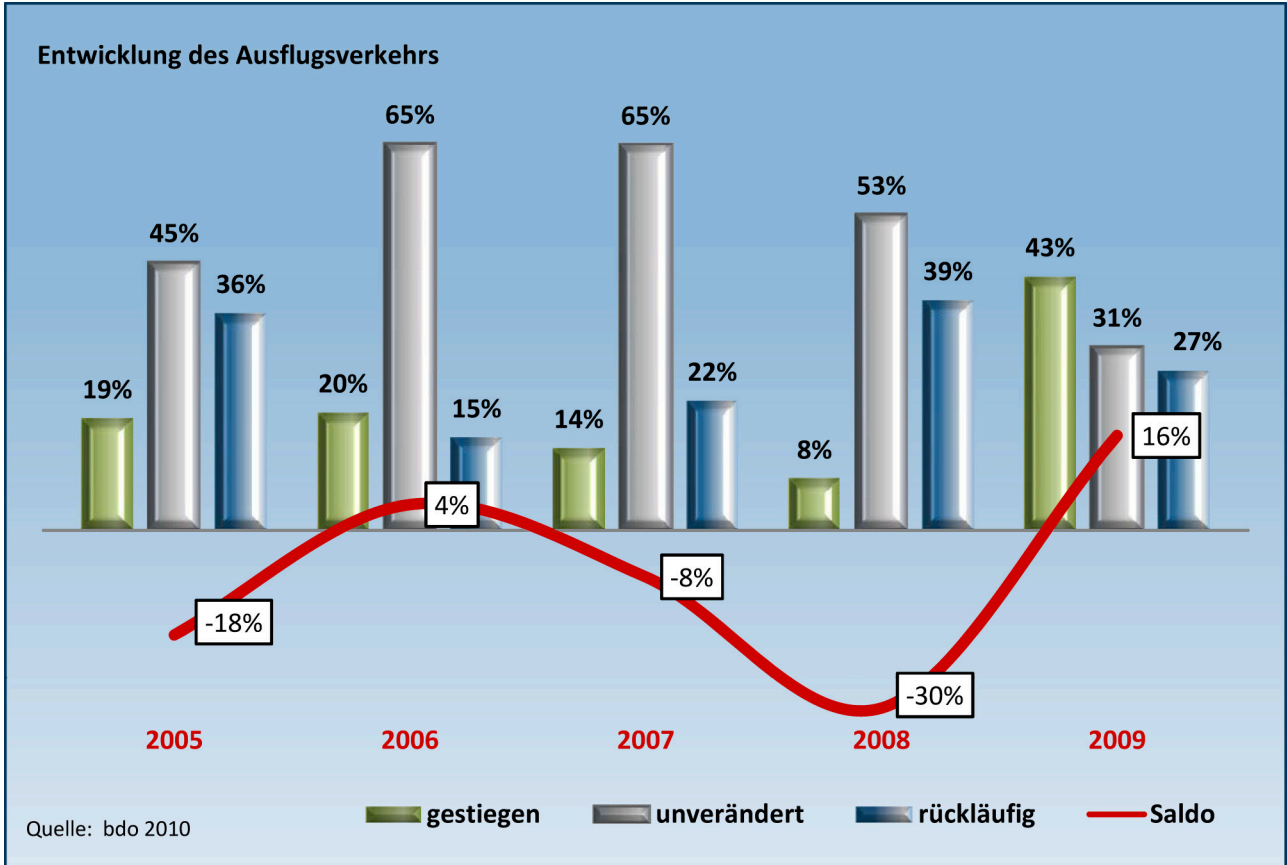


Abb. 5: Ausflugsverkehr

Im Vergleich zum Eigenveranstaltungs- und Ausflugsverkehr verzeichnet der Mietomnibusverkehr sogar noch bessere Ergebnisse. Der Stimmungssaldo steigt im Jahr 2009 auf einen Pluswert von 23 Prozent. Der Anteil von Unter-

nehmen, die den Omnibus öfter vermieten konnten, liegt demnach bei 52 Prozent, während ein geringerer Teil der Unternehmen (29 Prozent) die Nachfrage nach Mietbussen als rückläufig bewertet.

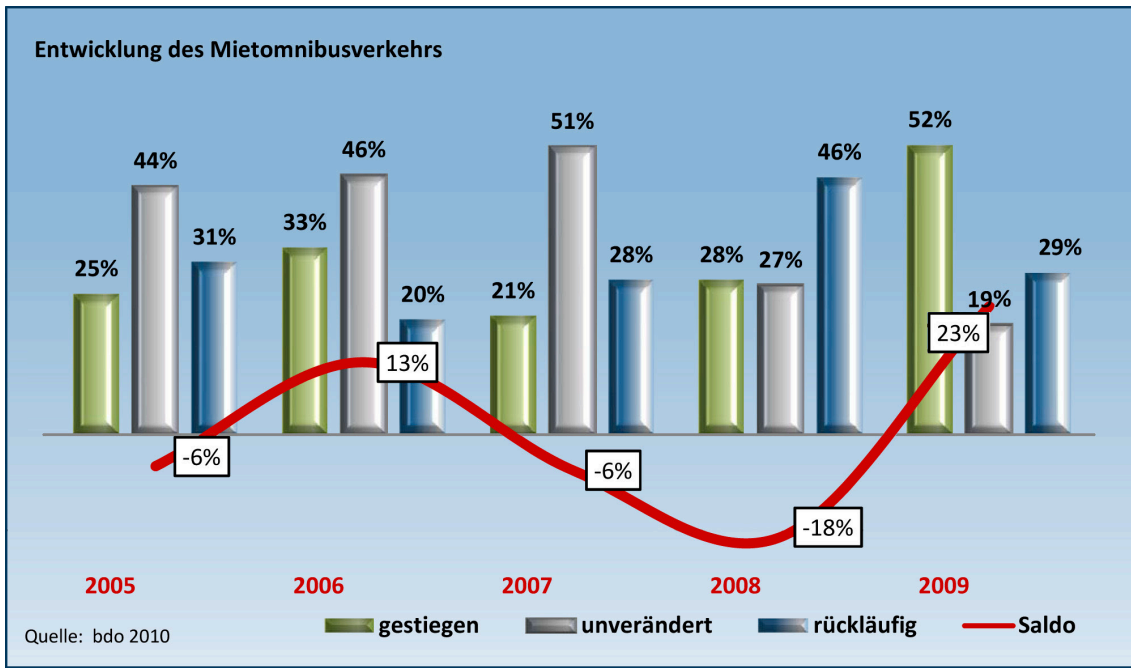


Abb.6: Mietomnibusverkehr

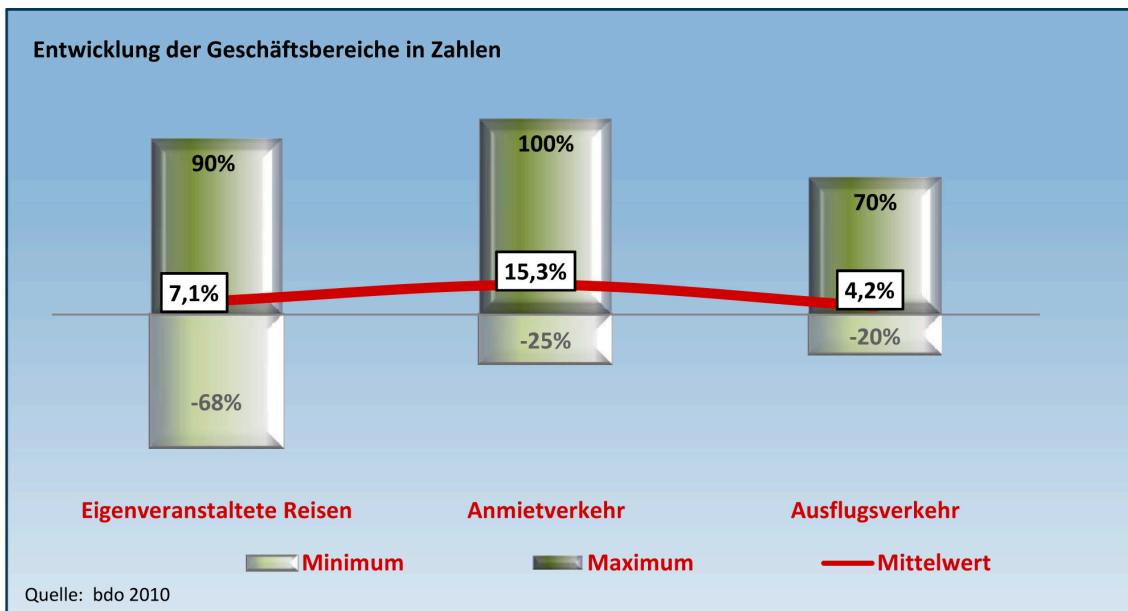


Abb.7: Entwicklung der Bereiche

Die Zunahmen bei den Mietomnibusfahrten werden real mit 15,3 Prozent beziffert. Im Durchschnitt stieg die Reisehäufigkeit bei den Ver-

staltern um 7,1 Prozent. Die zunehmenden Ausflugsfahrten erreichen 2009 ein Niveau von plus 4,2 Prozent im Vergleich zum Jahr 2008.

### In- und Auslandsmarkt

Die Busbetriebe profitieren im Jahr 2009 vom Trend zum Deutschlandtourismus. Während der Auslandstourismus in den letzten Jahren wiederholt Rückgänge zu verzeichnen hatte, ist eine positive Tendenz bei den Inlands-Buchungen zu verzeichnen. Die Buchungszahlen in Deutschland stiegen bei mehr als der Hälfte der Unternehmer, nur 20 Prozent verzeichneten

einen Rückgang der Buchungszahlen. Der Inlandstourismus kommt damit auf einen Positivsaldo von 39 Prozent. Auslandsreisen kommen auf einen Saldo von minus 14 Prozent. Insbesondere das einstmals so starke Busreiseland Italien hat weiter kräftige Einbußen hinzunehmen. Der Marktanteil inländischer Busreisen steigt um durchschnittlich 11 Prozent (vgl. Abb. 11).

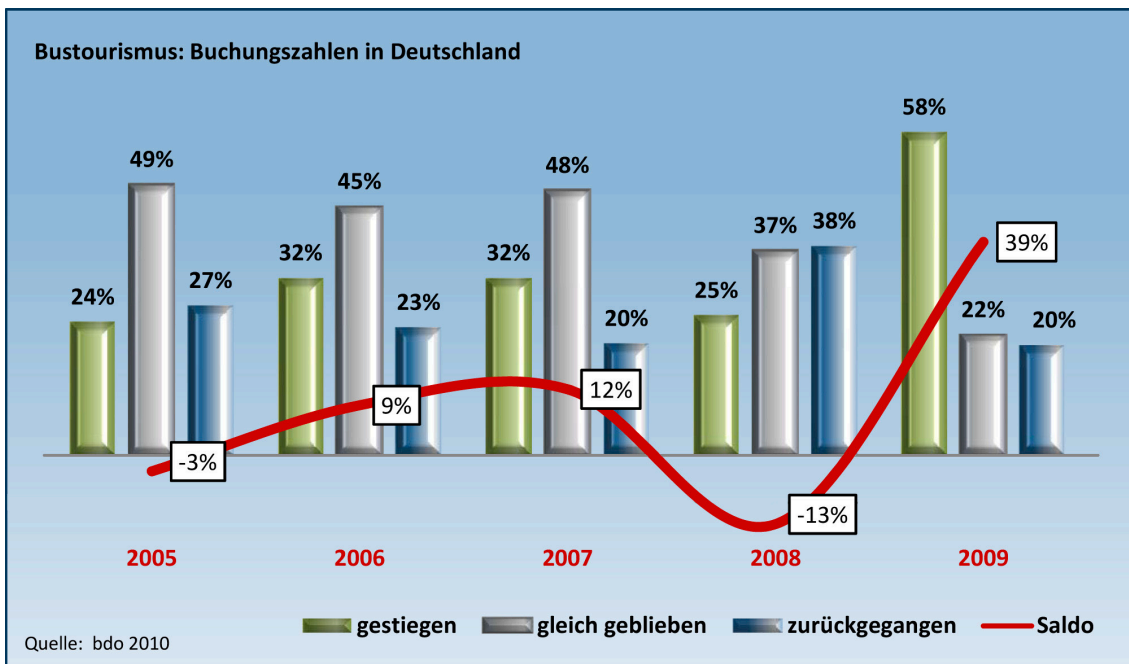


Abb. 8: Buchungszahlen Inland

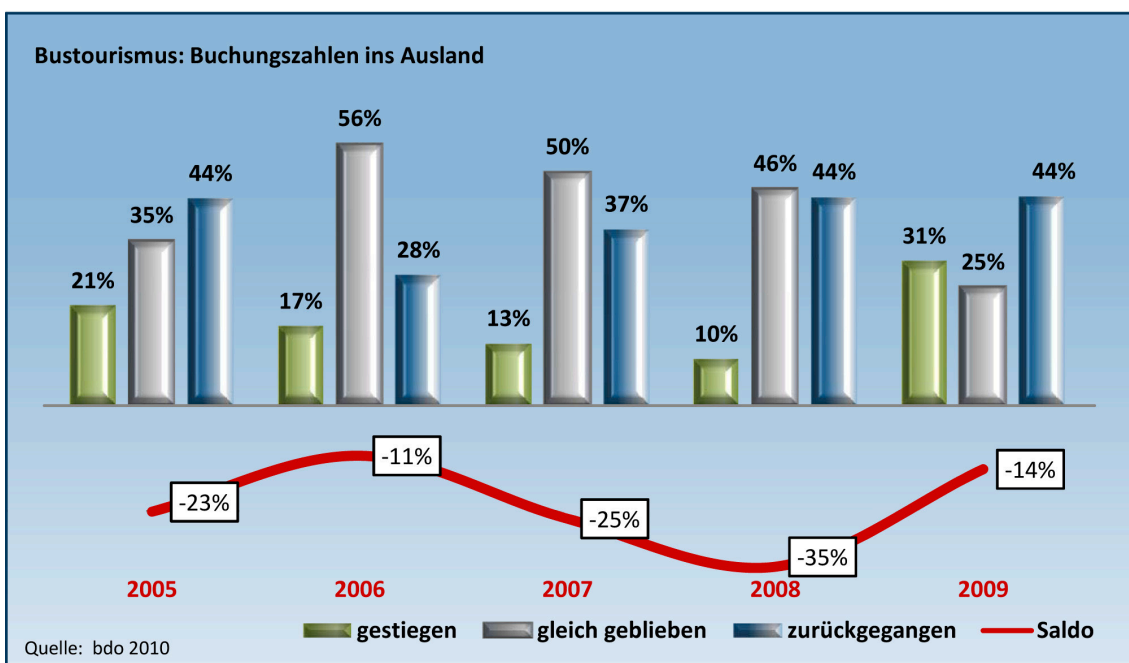


Abb. 9: Buchungszahlen Ausland

### Bustouristische Trends

Busurlauber zieht es nicht mehr in die Ferne: „Kurz, preiswert, nah“ ist der Trend im Bustourismus. 18 Prozent der Befragten bescheinigen dem „Kurz“-Trend in Richtung Kurzreisen ein großes Entwicklungspotential: Wochenendreise zur Shoppingtour, 3-Tagestouren ins Wellnesshotel oder 4-5 tägige Studienreisen sind vermehrt nachgefragt. Neben den Mehrtagesreisen sehen acht Prozent der Touristiker eine zusätzliche Verlagerung hin zu Tages- und Ausflugsfahrten.

Einen „Preiswert“-Trend sehen 15 Prozent der Touristiker in einer Zunahme von Schnäppchenreisen. Günstig reisen bedeutet in diesem Fall aber nicht zwangsläufig, dass der Busurlaub von schlechterer Qualität ist. Es handelt sich hier vielmehr um den Wunsch nach qua-

litativ hochwertigen Sonderangeboten, denn die Busreisegäste werden immer anspruchsvoller. Allerdings ist dies in der Praxis für den Busunternehmer nicht immer einfach. Mitunter müssen große Zimmer-Kontingente eingekauft werden, um preisgünstiger anbieten zu können. Nicht immer aber werden dann alle Kapazitäten an den Endkunden verkauft. Nicht selten bleibt der Unternehmer auf den Kosten sitzen.

Der „Nah“-Trend greift auch im Bustourismus um sich: die Deutschlandreise wird von sieben Prozent der Unternehmer als bustouristischer Trend bezeichnet. Die Busbetriebe profitieren stattdessen davon, dass die Reise in die Nachbarstadt, die Ostsee oder die bunte Hauptstadt wieder „in“ ist.

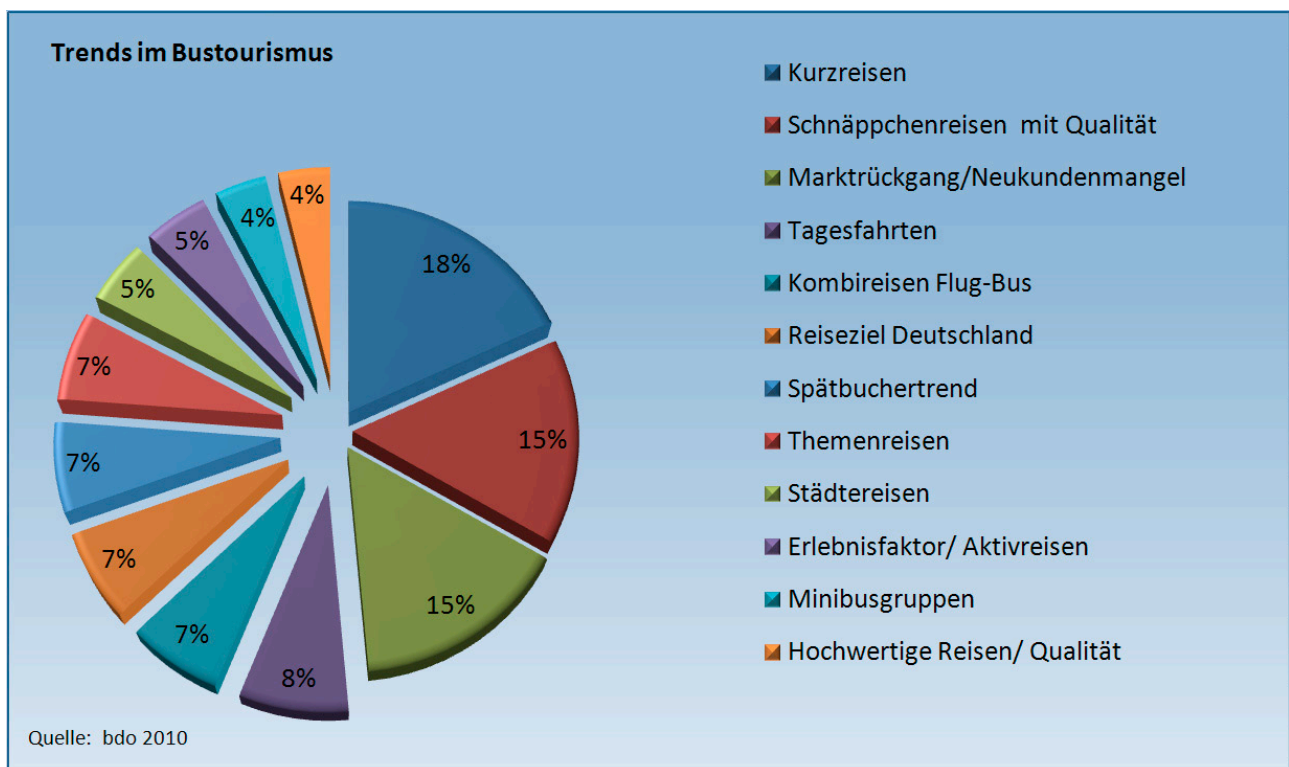


Abb. 10: Trends der Bustouristik

Gleichzeitig muss sich die Omnibusbranche seit Jahren einem harten Wettbewerb mit anderen Verkehrsträgern stellen. 15 Prozent der Busunternehmer gehen davon aus, dass sich die Nachfrage nach Busreisen aufgrund von Abwanderungen, Wettbewerbsverzerrungen, Überangebot und fehlender Reiselust negativ entwickeln wird. Gleichzeitig sehen aber auch sieben Prozent der Busunternehmer in der Kombination aus Flug- und Busreisen einen großen Trendfaktor.

Ungebrochen bleibt zudem der Trend zur kurzfristigen Buchung (sieben Prozent). Verstärkt durch die persönlichen Unwägbarkeiten durch die Wirtschaftskrise buchen viele Verbraucher spontan und erst kurz vor Reiseantritt.

Für die Zukunft des Busreisemarktes prognostizieren die befragten Unternehmer einen boomenden Städtetourismus, Themen-, Event- und Aktivreisen, eine starke Tendenz zu kleineren Busgruppen, sowie mehr Individualität und Qualität.

**Fazit 2009 in der Bustouristik**

In realen Zahlen ausgedrückt, ergeben sich die dargestellten durchschnittlichen Rückgänge und Zunahmen. Die stärkste Negativentwicklung zeigt sich demnach in den Kassen der Unternehmer: der Gewinnrückgang

liegt im Durchschnitt bei minus 3,9 Prozent. Die stärkste Zunahmen wurden im Inlands-geschäft (+11,0 %) sowie im Mietomnibusverkehr (+15,3 %) verzeichnet.

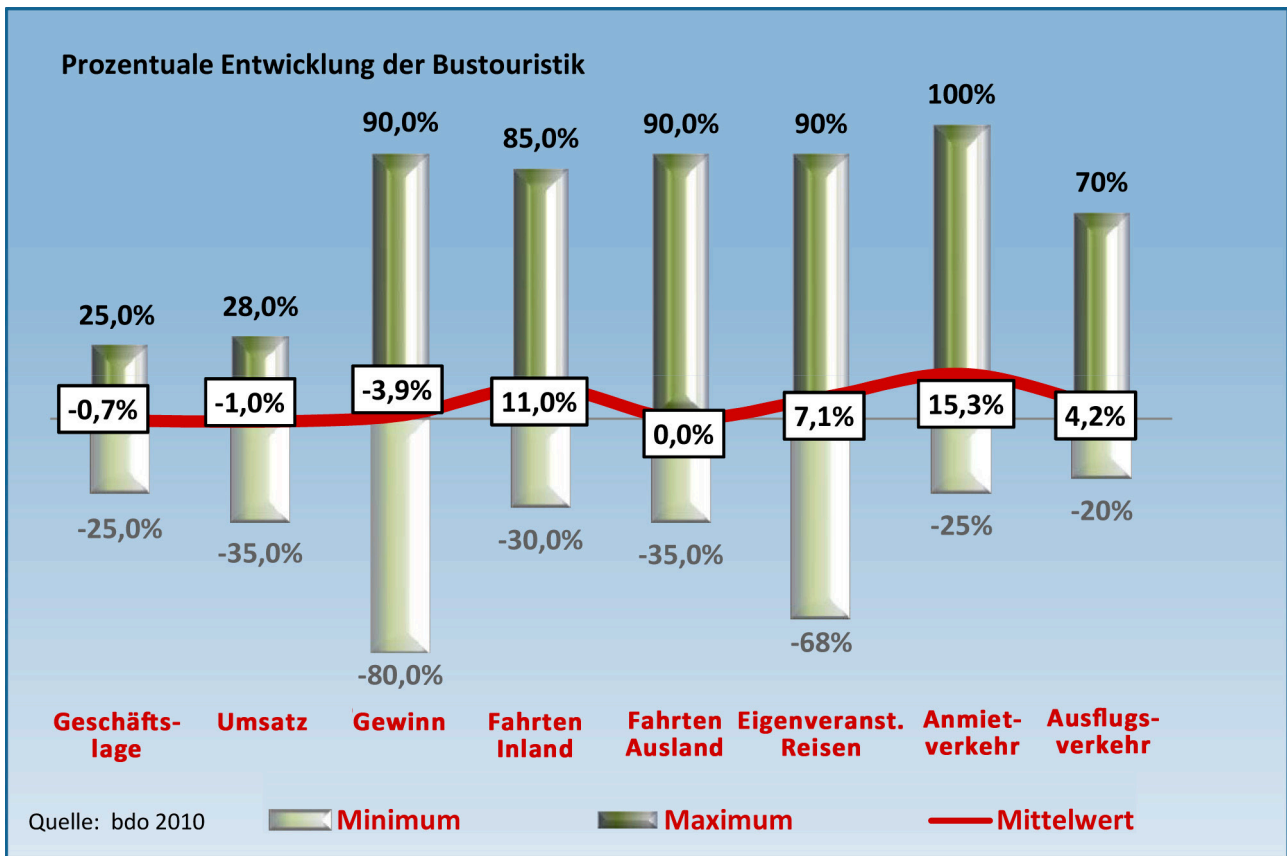


Abb. 11: Zahlen zur Bustouristik

### Prognose für das Geschäftsjahr 2010 in der Bustouristik

Die Busbranche wurde von der Konjunktur-Krise in 2009 nur unwesentlich beeinflusst. Die Prognose zeigt aber, dass die Krise erst 2010 Auswirkungen auf das Busgeschäft haben wird. Für das Jahr 2010 fallen die Erwartungen auf ein Tief von minus 45 Prozent im Vergleich zum

Jahr 2009. 98 Prozent der Bustouristiker erwarten im laufenden Jahr schlechtere oder allenfalls gleichbleibende Geschäftsergebnisse. Nur noch zwei Prozent der Unternehmen hoffen im Jahr 2010 auf eine bessere Entwicklung.

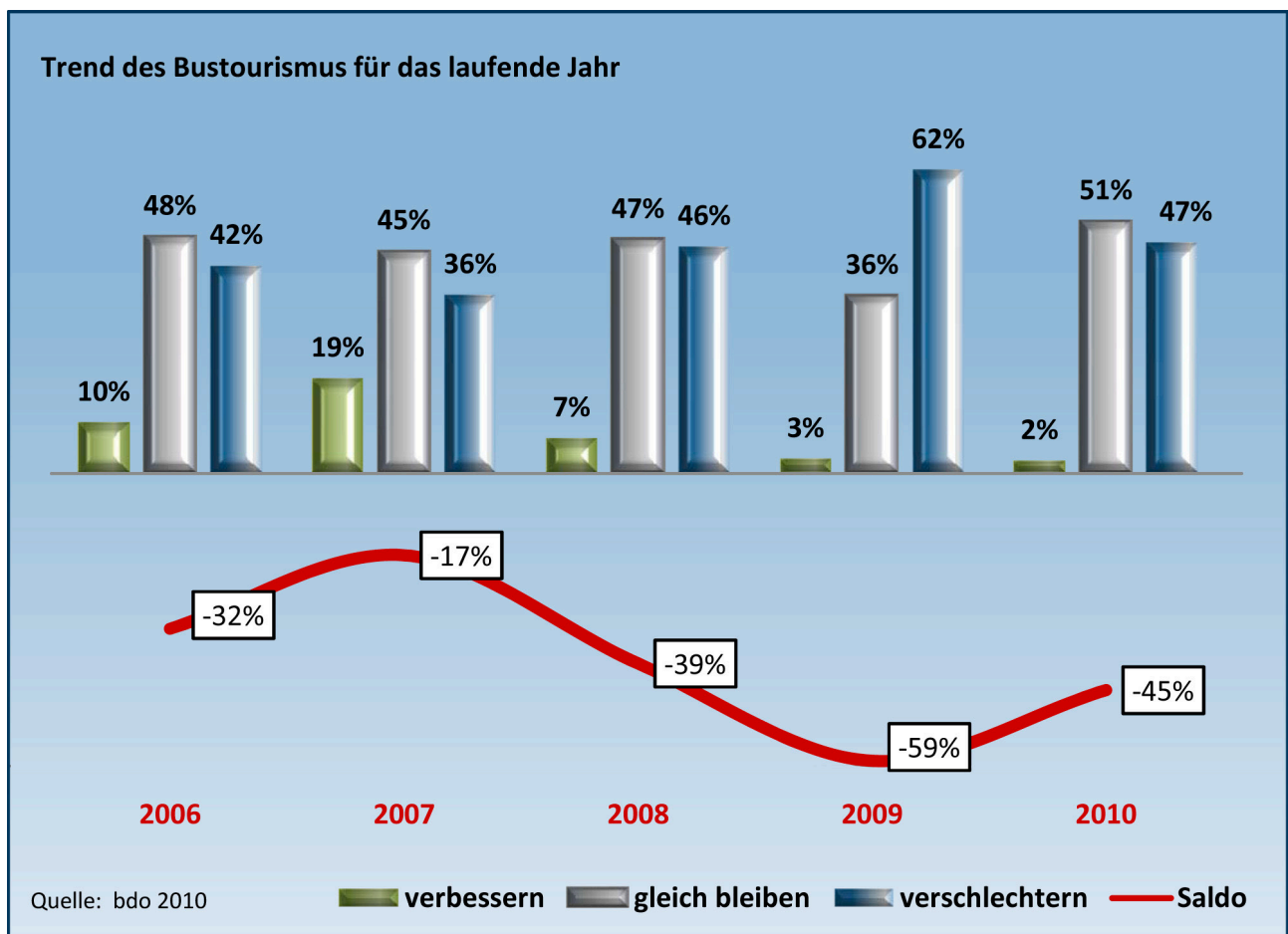


Abb. 12: Prognose Bustouristik 2010

## ÖFFENTLICHER PERSONENNAHVERKER (ÖPNV)

### Geschäftslage

Rund 60 Prozent der befragten ÖPNV-Unternehmen sind im Besitz eigener Linienrechte; 40 Prozent der Unternehmen sind vorwiegend als Subunternehmer tätig. Die Lagebeurteilung der ÖPNV-Unternehmen fällt im Jahr 2009 besser

als in den Vorjahren aus. Der Saldo aus positiven und negativen Einschätzungen zur Geschäftslage verbessert sich im Jahr 2009 um 23 Prozentpunkte und erreicht plus sieben Prozent.

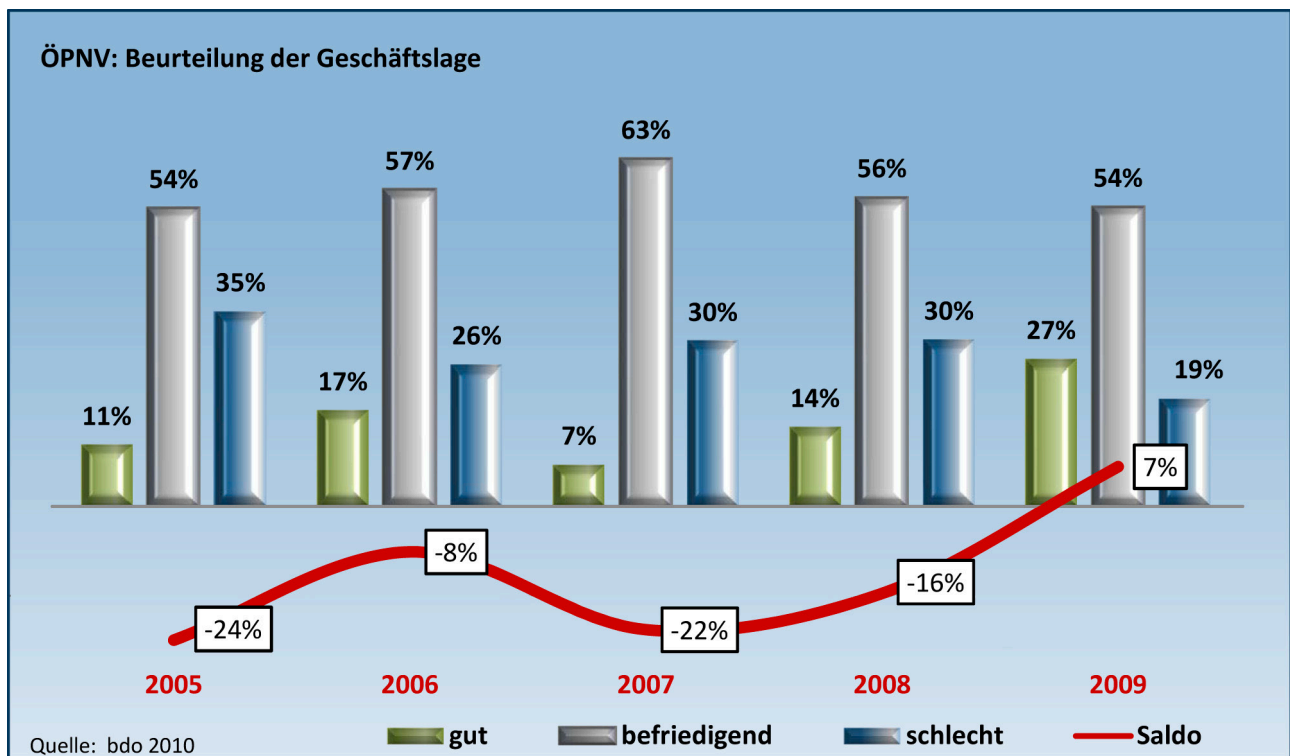


Abb. 13: ÖPNV-Geschäftslage im Zeitraum 2005-2009



### Umsatzentwicklung

Seit Jahren steigt der Umsatz im Nahverkehr. Auch im Jahr 2009 gelang eine Steigerung um zwei Prozent. 44 Prozent der öffentlichen Verkehre verbuchen steigende Umsätze; bei 25

Prozent der Unternehmen ist ein Rückgang zu verzeichnen. Insgesamt ist von einer durchschnittlichen Umsatzsteigerung von realen 2,9 Prozent auszugehen.

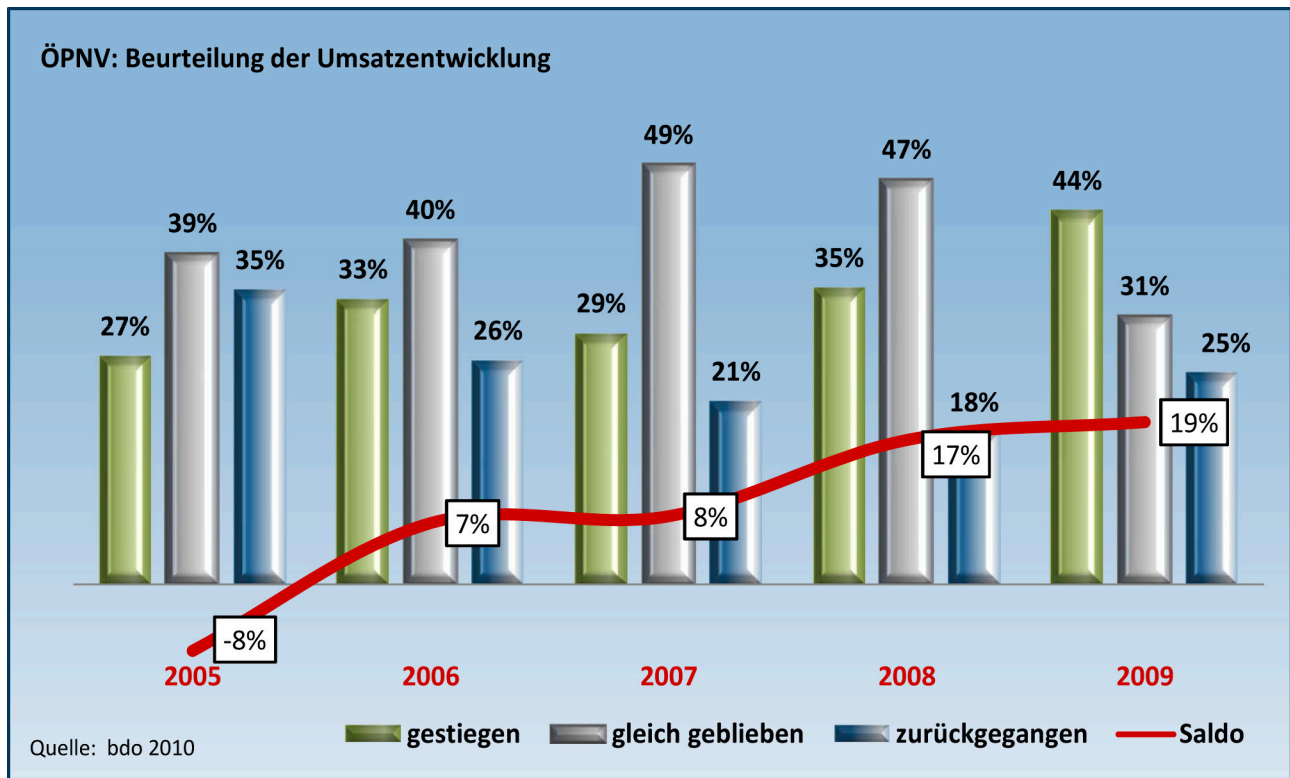


Abb.14: ÖPNV-Umsatzentwicklung der Geschäftsjahre 2005 – 2009

### Gewinnentwicklung

Die Gewinnkurve der ÖPNV-Unternehmen ging in den letzten Jahren stetig bergab. Aufgrund gestiegener Ausgaben war unter dem Strich bei den Unternehmern, trotz Umsatzplus, ein abnehmender Gewinn verblieben. Im Jahr 2009 zeigt sich seit langem ein zarter Aufwärtstrend:

Der schlechte Stimmungssaldo des Jahres 2008 von minus 49 Prozent steigt um 69 Prozentpunkte und verbucht nun plus 20 Prozent. Steigende Fahrgastzahlen sowie sinkende Dieselpreise haben im Jahr 2009 u.a. dazu beigetragen.

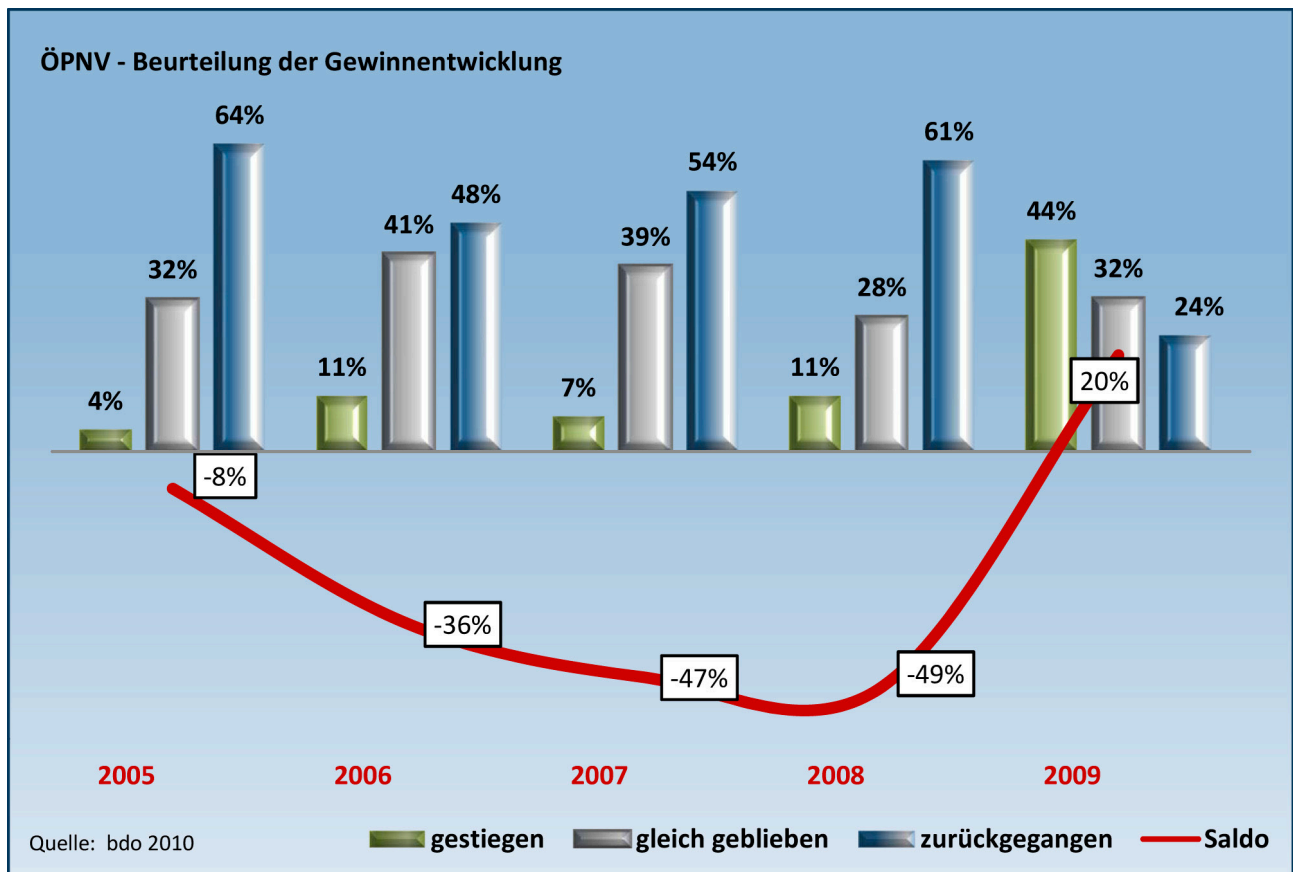


Abb. 15: Gewinnentwicklung der Geschäftsjahre 2005 – 2009

### Fazit 2009 im ÖPNV

Die Entwicklung der ÖPNV-Branche zeigt sich im Jahr 2009 mehrheitlich positiv. Ein durchschnittliches Umsatzplus von 2,9 Prozent ist Ausweis dafür. Grund hierfür sind leicht gestie-

gene Fahrgastzahlen (plus 0,4 Prozent) in Verbindung mit geringeren Treibstoffkosten als im Jahr 2008.

## Perspektiven im ÖPNV aus Sicht der Unternehmen

Nach Ansicht der Unternehmen werden sich viele Einflussfaktoren für den ÖPNV perspektivisch verschlechtern. Veränderte Rahmenbedingungen stellen die Unternehmen zudem auch 2010 vor neue Herausforderungen und bewirken in Kombination mit knappen öffentlichen Mitteln einen deutlichen Kostendruck. Die Unternehmen bewerten den steigenden Kostensenkungsdruck in Verbindung mit abnehmenden Ausgleichsleistungen als große Unsicherheitsfaktoren für die Zukunft.

Nachfragedämpfend wirkt sich die weitere Verringerung der Schülerzahlen und die Schließung bzw. Zusammenlegung von Schulen aus (zehn Prozent der Unternehmer).

Auch die Ausschreibung von Verkehrsleistungen sehen viele mittelständische Omnibusunternehmen als problematisch an. Vor allem ein möglicher Dumpingwettbewerb wie im Bundesland Hessen wird hier befürchtet.

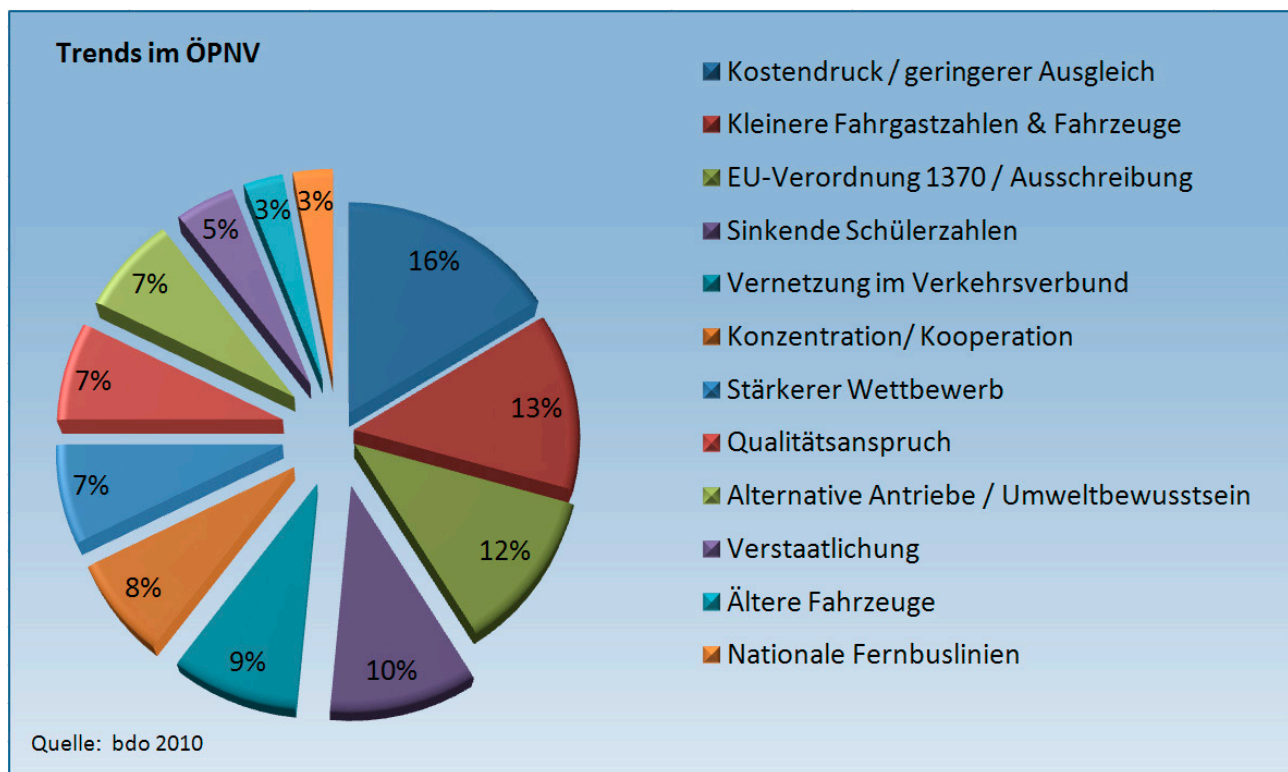


Abb. 17: Perspektiven im ÖPNV aus Sicht der Unternehmen

## EINIGE HEMMNISSE DES DEUTSCHEN BUSGEWERBES

Viele Busunternehmen sehen ihre Zukunft eher pessimistisch. Etliche Problemfaktoren geben für die Unternehmen Anlass zur Sorge.

**Bürokratie:** 18 Prozent der Unternehmen benannten Bürokratie und verwaltungsaufwändige, gesetzliche Auflagen als entwicklungshemmend.

**Kostendruck:** Neben der Vielzahl an gesetzlichen Auflagen sehen viele Unternehmen den zunehmenden Kostendruck als problematisch an.

**Fahrermangel:** Fehlendes, vor allem qualifiziertes Fahrpersonal wird eine Aufgabe sein, der sich die Unternehmen stellen müssen. Momentan liegt das Durchschnittsalter des Fahrpersonals bei 45 Jahren.

**Umweltzonen:** Heftig diskutiert wird auch die Einführung von Umweltzonen in deutschen Städten. Die Unternehmen hatten dadurch erhebliche Neuinvestitionen. Zwölf Prozent der befragten Busunternehmen gaben an, dass sie eine teure und aufwändige Nachrüstung mit Partikelfiltern bereits durchführten. Diese Zusatz-Investitionen erfolgten oftmals vor dem Hintergrund, dass die Fahrzeuge noch nicht einmal steuerlich abgeschrieben und zum Zeitpunkt des Kaufs hochmoderne Fahrzeuge waren.

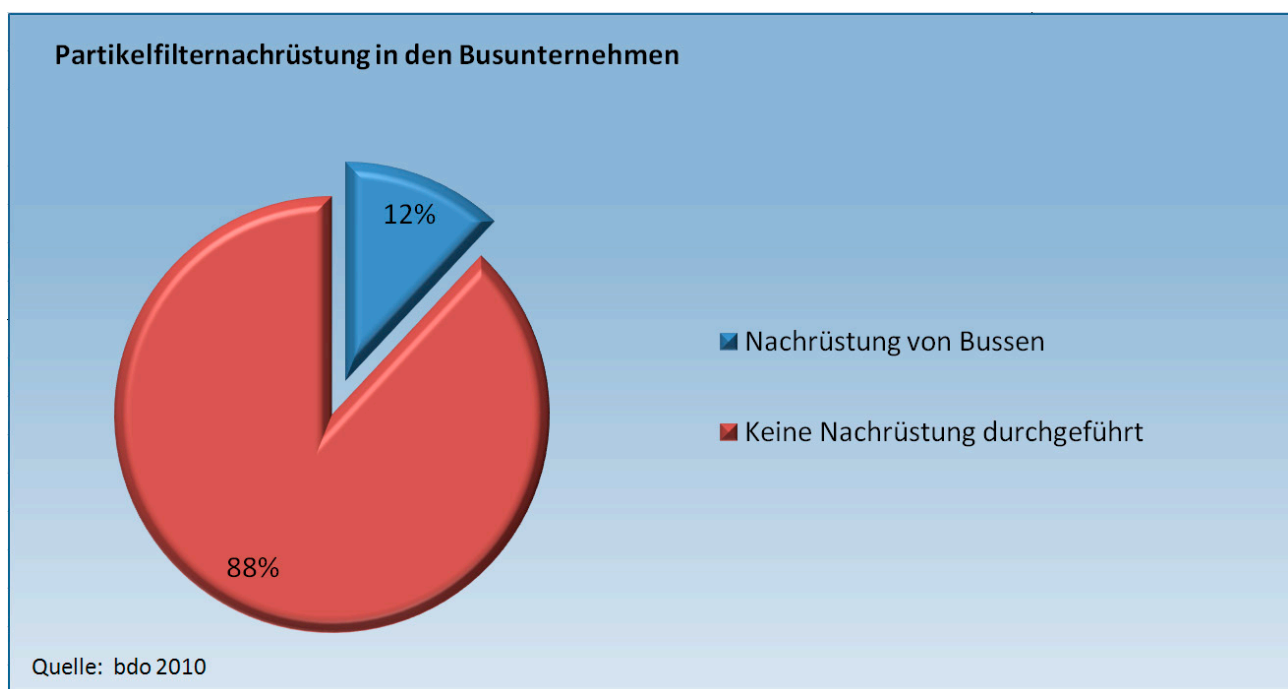


Abb. 18: Nachrüstung mit Partikelfiltern

**Kreditklemme:** Acht Prozent der Busunternehmen bemängeln schlechte Finanzierungsmöglichkeiten und eine zögerliche Kreditvergabe seit Beginn der Finanzkrise. Mittelfristig droht dabei ein Investitionsstau.

**Weitere Hemmnisse sind neben Ausschreibungstendenzen im ÖPNV,** ansteigende Dieselpreise und die Angst vor einer weiter abnehmenden Finanzierung. Hinzu kommen harte wettbewerbliche Auseinandersetzungen mit anderen Verkehrsträgern, welche staatlich subventioniert werden.

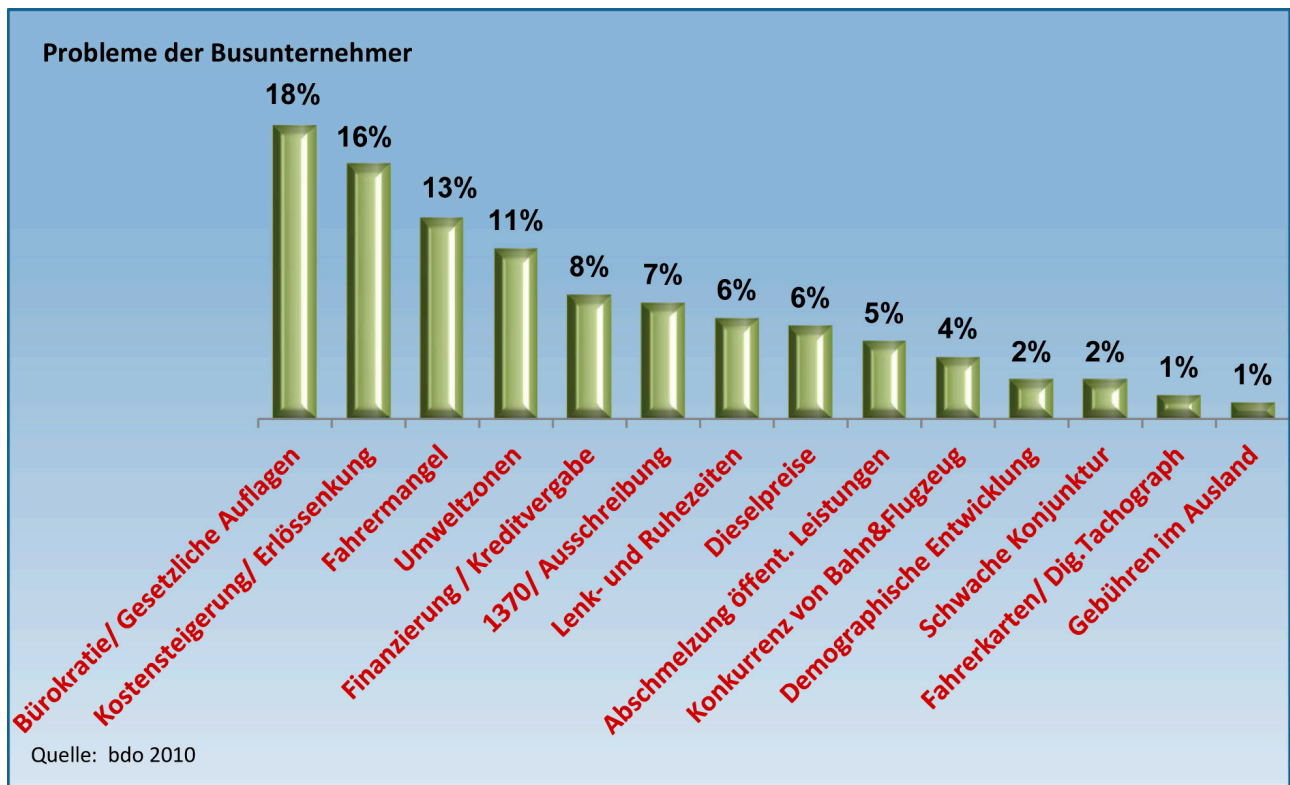


Abb. 19: Aktuelle Problembereiche

## PROGNOSE 2010

Sowohl der Bustourismus als auch der Nahverkehr in Deutschland haben zwar das Jahr 2009 gut überstanden, aber das laufende Jahr wird weniger erfolgversprechend. Nach Aussage der Unternehmen wird die Krise jetzt erst durchschlagen.

Das ÖPNV-Stimmungsbarometer sinkt für 2010 auf minus 22 Prozent. Währenddessen erreichen die Umfragewerte der Bustouristik einen Stimmungswert von minus 45 Prozent. Nur noch zwei Prozent der Bustouristiker sowie sieben Prozent der Nahverkehrsunternehmen erwarten 2010 eine positive Entwicklung. 47 Prozent der Touristiker und 29 Prozent der ÖPNV-Unternehmen erwarten hingegen Verluste.

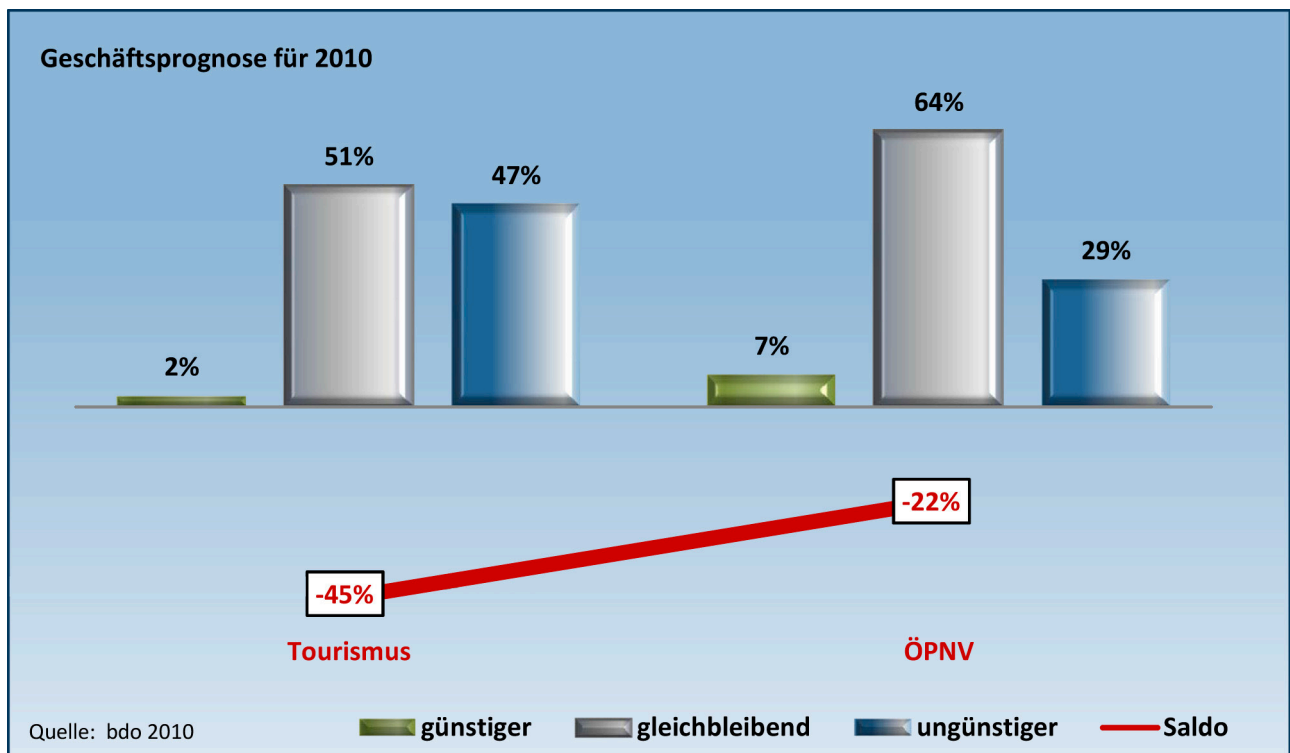


Abb. 20: Geschäftsprognose 2010 – ÖPNV und Tourismus