

# KONJUNKTURUMFRAGE 2020/2021



<b>Zusammenfassung .....</b>	<b>3</b>
<b>Einleitung .....</b>	<b>6</b>
<b>bdo-Sonderabfrage zur Corona-Krise .....</b>	<b>7</b>
Der Weg zur Normalität wird auch nach Ende der Einschränkungen lang.....	7
Fahrgast- und Kundenzahlen werden länger niedrig liegen. ....	8
Busbranche bleibt in den nächsten zwölf Monaten weit unter Vorkrisenniveau. ....	9
Drastische Einbußen auch über die kommenden zwei Jahre hinweg erwartet. ....	10
Große Unterschiede bei der Zufriedenheit mit Hilfsmaßnahmen des Bundes. ....	11
Ein Flickenteppich bei Landeshilfen sorgt für unfaire Diskrepanzen. ....	12
<b>1 Bustouristik/Gelegenheitsverkehr .....</b>	<b>13</b>
Geschäftslage: Stimmung düster.....	13
Umsatzentwicklung: starker Rückgang .....	14
Gewinnentwicklung: von minimalem Ausmaß .....	15
Verschiedene Marktsegmente.....	16
Buchungszahlen .....	19
Trends im Bustourismus .....	21
Herausforderungen in der Bustouristik/im Gelegenheitsverkehr.....	24
Prognose: verhaltene Aussichten .....	25
<b>2 Öffentlicher Personennahverkehr .....</b>	<b>26</b>
Geschäftslage: Unzufriedenheit ist stark gestiegen.....	26
Umsatzentwicklung: Umsatzeinbußen Unternehmensgrößen unabhängig .....	27
Gewinnentwicklung: stark eingebrochen.....	28
Fahrgastzahlen: So gering wie noch nie .....	29
Trends im ÖPNV.....	30
Herausforderungen im öffentlichen Personennahverkehr.....	33
Prognose: pessimistische Aussicht .....	34
<b>3 Fernlinienverkehr .....</b>	<b>35</b>
Geschäftslage: Stimmung katastrophal .....	35
Umsatzentwicklung: tief im Minus .....	36
Gewinnentwicklung: schlechter als die Umsatzentwicklung .....	37
Fahrgastentwicklung: vergleichsweise positiv – auf niedrigstem Niveau.....	38
Trends im Fernlinienverkehr .....	39
Herausforderungen im Fernlinienverkehr .....	42
Prognose: skeptisch bis pessimistisch .....	43

### Zusammenfassung

Ein einziges Thema beherrschte in den zurückliegenden zwölf Monaten das Geschehen in allen Bereichen der Busbranche in Deutschland: Die Corona-Pandemie und ihre umfassenden Folgen für das öffentliche Leben haben die Unternehmen vor massive Herausforderungen gestellt. Die aktuelle Konjunkturumfrage des Bundesverbands Deutscher Omnibusunternehmer (bdo) ist die detaillierte Vermessung einer tiefen Krise. Damit muss eine klare Warnung verbunden werden: Der öffentliche Personenverkehr mit Bussen ist in seiner Substanz akut bedroht. Busunternehmen brauchen weiter wirksame Hilfen, damit sie ihre Rolle für den Klimaschutz im Verkehrssektor und die Mobilität im Land auch in Zukunft übernehmen können.

#### Die allgemeine Geschäftslage ist historisch schlecht

Die allgemeine Geschäftslage hat sich in allen Branchensegmenten deutlich zum Negativen verändert und erreicht historisch schlechte Werte. Wie nicht anders zu erwarten, nachdem die Bustouristik und der Gelegenheitsverkehr in zwei Lockdown-Phasen über mehrere Monate komplett stillstehen mussten, sieht es in diesen Segmenten besonders bedrückend aus: 97 Prozent der Unternehmerinnen und Unternehmer in Touristik und Gelegenheitsverkehr bewerten im Vergleich zum Vorjahr die allgemeine Geschäftslage als ungünstig. Die Beurteilung der Busunternehmen im ÖPNV hat sich zum Vorjahr ebenfalls stark verschlechtert. Der prozentuale Anteil der zufriedeneren Unternehmen ist um 14 Prozentpunkte auf 9 Prozent gesunken. Zeitgleich stieg der Anteil der Unzufriedenen im ÖPNV-Sektor um 37 Prozentpunkte auf insgesamt 65 Prozent. Im Fernbussektor schlagen die Reisebeschränkungen ebenfalls durch. Im achten Jahr des Bestehens des Marktes beurteilen insgesamt 93 Prozent der Unternehmen die Geschäftslage des Jahres 2020 im Vergleich zum vorherigen Jahr als ungünstiger.

#### Unternehmen erleben massive Umsatzausfälle

Die schlechte allgemeine Geschäftslage speist sich direkt aus der Umsatz-Situation. Nach drei Jahren eines leichten, stetigen Aufschwungs verzeichnete die weit überwiegende Mehrheit der Unternehmen (98 Prozent) im Bereich „Touristik/Gelegenheitsverkehr“ Umsatzeinbußen. Bei einem solch umfassenden

Ergebnis ist auch klar, dass die Einbrüche in alle Unterbereiche ausstrahlen – vom Mietomnibusverkehr über Tagestouren bis zu eigenveranstalteten Busreisen. Auch über die Hälfte der ÖPNV-Unternehmen (64%) mussten Umsatzeinbußen verzeichnen. Die Fernbus-Unternehmen bewerten die Umsatzentwicklung ebenfalls mit überwältigender Mehrheit als negativ. 93 Prozent der Teilnehmenden aus diesem Sektor gaben an, dass die Umsatzentwicklung ungünstiger war als in 2019.

#### Deutlicher Einbruch der Fahrgastzahlen

Die Buchungszahlen bei Bustouristik und Gelegenheitsverkehr sind im In- wie im Ausland gleichermaßen dramatisch eingebrochen. In Deutschland verzeichneten 97 Prozent der befragten Unternehmen einen starken Buchungsrückgang. Kaum zu glauben, aber für das Ausland lag dieser Wert sogar noch schlechter bei 98 Prozent. Selbst der Anteil an ÖPNV-Unternehmen mit niedrigeren Fahrgastzahlen liegt bei 85 Prozent und erreicht somit den schlechtesten Wert seit Beginn der Durchführung der bdo-Konjunkturumfrage. Der prozentuale Anteil an Unternehmen, die bessere oder gleichbleibende Fahrgastzahlen vermelden, fällt auf 15 Prozent – und befindet sich damit auf einem bislang noch nie erreichten Tiefstwert. Das gleiche Bild im Fernbussektor: 90 Prozent bewerteten die Entwicklung der Fahrgastzahlen als ungünstiger.

#### Auch der Blick in die Zukunft ist getrübt

Die aktuelle Lage schlägt sich auch in den Erwartungen für die Zukunft nieder. Mehr als die Hälfte der Busunternehmen in Touristik und Gelegenheitsverkehr geht beispielsweise von zukünftig sinkenden Fahrgastzahlen aus (58%). Lediglich 7 Prozent gehen von einer Steigerung aus. Auch die Vorausschau im ÖPNV fällt skeptisch aus. Nur 16 Prozent der Befragten gehen von einer Verbesserung der Geschäftslage für 2021 aus. 38 Prozent blicken hingegen kritisch in die Zukunft. Sie vermuten eine Verschlechterung der Geschäftsentwicklung im Vergleich zum Vorjahr. Im Fernbus-Segment ist der Blick nach vorne zumindest gespalten, wie die Erwartungen zu den zukünftigen Fahrgastzahlen zeigen: 28 Prozent der Unternehmen gehen davon aus, dass mit sinkenden Fahrgastzahlen gerechnet werden muss. 21 Prozent sind hingegen vom

Gegenteil überzeugt und glauben, dass die Fahrgastzahlen zukünftig noch steigen werden.

### Stellschrauben für das Wiedererstarken

Welche Schlüsse lassen sich nun aus dem düsteren Zahlenbild ziehen? Bewusst haben wir mit einer Reihe von Fragen auch ermittelt, in welcher Weise die Rahmenbedingungen und die Hilfsmaßnahmen für die Unternehmen im öffentlichen Personenverkehr nachjustiert werden müssen, damit diese in Zukunft als Treiber des Klimaschutzes agieren können. Wo bestehen Hindernisse und Risiken? Und wo Chancen? Bei Blick darauf zeigen sich für die einzelnen Marktsegmente durchaus unterschiedliche Ansatzpunkte.

85 Prozent der Befragten in Touristik und Gelegenheitsverkehr rechnen mit negativen Folgen für Ihr Unternehmen, sollte eine Busmaut eingeführt werden. Die aktuelle Lage macht so ein klares „Nein“ zur Busmaut absolut notwendig.

Etwa 73 Prozent der Restart-Unternehmen gehen von negativen Folgen für das eigene Geschäft aus, sollte die Busmaut eingeführt werden. Rund 42 Prozent der Unternehmen im ÖPNV beklagen sich über fehlendes Fahrpersonal. Der Bedarf ist so hoch, dass insgesamt 61 Prozent (2018: 63%; 2019: 66%) aufgrund der Situation teilweise bestimmte Fahrten nicht mehr anbieten können. Und auch der steigende administrative Aufwand wird zu einem immer größer werden Problem. 61 Prozent bewerten den wachsenden Aufwand sehr kritisch.

Die Fernbus-Unternehmen wünschen sich grundsätzlich, dass die Politik endlich anerkennt, welche Bedeutung der Bus für das Gelingen der Verkehrswende hat. 54 Prozent der Unternehmen sehen daher in einem klaren Bekenntnis der Politik zum umweltfreundlichsten motorisierten Verkehrsmittel das wirksamste Instrument, die negativen Folgen der Corona-Krise für die Busbranche zu überwinden.

### Branchenrettung muss eher Marathon als Sprint sein

Das Coronavirus hat Verhaltensweisen grundlegend verändert und Fahrgäste tief verunsichert. Die ökonomische Krise im öffentlichen Personenverkehr wird die eigentliche Pandemie daher überdauern – wenn nicht sinnvoll gegengesteuert wird. Zahlreiche Indikatoren in unserer Umfrage belegen, dass aus

Sicht der Busbranche die wirtschaftlichen Folgen auch nach einer Normalisierung des öffentlichen Lebens anhalten werden.

Addiert 50 Prozent der Befragten gaben beispielsweise an, dass Sie auch mit Blick auf die kommenden 24 Monate mit weniger als 60 Prozent des Vorkrisengeschäftes rechnen. 6 Prozent müssen derzeit damit rechnen, dass sie sogar unter 20 Prozent des Vorkrisenniveaus bleiben werden. Daraus folgt: Akute Hilfe für Unternehmen muss mit einer langfristigen Stärkung des Systems verknüpft werden. Andernfalls droht insbesondere der Pkw-Verkehr weiter zu wachsen, den Busse in Zukunft ja eigentlich mehr und mehr ersetzen sollen.

### Hilfsmaßnahmen kommen nicht überall an

Keine Frage: Die Bundesregierung hat viele Anstrengungen unternommen, stark betroffene Branchen zu unterstützen. Der ÖPNV-Rettungsschirm und die Soforthilfe zur Rettung der Reisebusbranche aus dem Bundesverkehrsministerium wurden sogar extra für die Busbranche aufgelegt. Unsere Umfrage zeigt aber auch, dass es weiterhin Gerechtigkeitslücken gibt. Denn der Blick auf die Wirksamkeit der Rettungsmaßnahmen klafft weit auseinander: 17 Prozent der Teilnehmerinnen und Teilnehmer gaben an, dass sie „sehr zufrieden“ mit den Hilfen der Bundesregierung zur Krisenbekämpfung waren. Für 25 Prozent gilt jedoch, dass sie sich weitgehend alleingelassen in der Krise fühlen. Das starke Auseinanderdriften der Ergebnisse ist durch die Beschaffenheit der Rettungsprogramme zu erklären, die weiterhin viele hilfsbedürftige Unternehmen ausschließen. Dies betrifft beispielsweise Mischbetriebe. Weiterhin bestehende Hilflücken, die sich aus den unterschiedlichen Unternehmensstrukturen in der Busbranche ergeben, müssen geschlossen werden.

**Fazit: Eine weiterhin aktive Verkehrspolitik für die Busbranche ist gefragt**

**Die Busunternehmen in Deutschland werden als Säule des Klimaschutzes mehr denn je gebraucht.** Gleichzeitig stehen sie vor der größten wirtschaftlichen Krise der letzten 70 Jahre. Nie war also die Kluft größer zwischen der aktuellen Lage der Busbranche und den Anforderungen, die für die Zukunft an sie gestellt werden. **Auf diese Ausnahmesituation muss auf Seiten von Bund, Ländern und Gemeinden aktiv und langfristig reagiert werden. Die Folgen der Corona-Krise für den öffentlichen Personenverkehr werden lange anhalten.** Die Lösungen für die bestehenden Herausforderung müssen das spiegeln. Zusätzliche Belastungen, wie sie beispielsweise mit der Umsetzung der Clean Vehicles Directive der EU kommen, müssen abgedeckt werden. Zudem darf in Deutschland keine verpflichtende Busmaut über den Umweg der EU eingeführt werden. Stattdessen braucht es passgenaue Erleichterungen als ein überfälliges Konjunkturprogramm für die Busbranche. Gezielter Bürokratieabbau unter anderem beim grenzüberschreitenden Verkehr oder bei der Genehmigung von Fernlinien könnten dies leisten. Auch die steuerliche Gleichstellung mit dem Schienenfernverkehr – also die Senkung der Mehrwertsteuer auf 7 Prozent – ist jetzt wichtiger denn je.

### Einleitung

Mit der vorliegenden Publikation veröffentlicht der Bundesverband Deutscher Omnibusunternehmer (bdo) bereits die 16. Ausgabe seiner wiederkehrenden Konjunkturumfrage. In diesem Jahr haben insgesamt 588 Busunternehmerinnen und Busunternehmer aus allen 16 Bundesländern an der Befragung teilgenommen. Ein Großteil der Betriebe (319) nannte dabei als Tätigkeitsschwerpunkt den Bereich „Tourismus/Gelegenheitsverkehr“. Vorrangig im ÖPNV waren 167 Unternehmen tätig. Von den insgesamt 29 Unternehmen im Fernbusgeschäft gaben acht an, dass dieses Segment ihren geschäftlichen Schwerpunkt darstellt. 91 Unternehmen gaben an, dass ihr Geschäft keinen eindeutigen Schwerpunkt hat. Als klassische „Gemischtwarenhändler“ sind sie damit in mehreren Segmenten unterwegs.

Die vorliegenden Ergebnisse sind ein Spiegel der Lage im Mittelstand mit all seinen Facetten. Die beteiligten Unternehmen haben im Durchschnitt 30 Beschäftigte. Die größten darunter sind Arbeitgeber für bis zu 800 Angestellte und verfügen über 350 Fahrzeuge. Die kleinsten Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Umfrage sind Einzelselbständige. Befragt wurden sie alle im Zeitraum vom 17. Dezember 2020 bis zum 15. Januar 2021. Die Online-Befragung wurde anonym durchgeführt.

Die bdo-Konjunkturumfrage ist seit vielen Jahren ein wichtiger Indikator für einzelne Entwicklungen in der Busbranche und die aktuelle Lage der Unternehmen. Sie bestätigt diesmal aber vor allem mit belastbaren Zahlen, was das gesamte Gewerbe seit März 2020 spürt: Die Busunternehmen in Deutschland erleben die größte Krise der letzten 70 Jahre.

Um dieser Lage bestmöglich entgegenzutreten zu können, zeichnen wir in dieser Ausgabe nicht nur aktuelle Entwicklungen nach. Wir gehen auch weiter den allgemeinen – ob nun positiven oder negativen – Bedingungen und Trends nach und ordnen passende Hilfs- oder Gegenmaßnahmen ein. Die aktuelle Ausgabe der bdo-Konjunkturumfrage ist daher umfangreicher als gewohnt. Mit Sonderfragen zu den Corona-Folgen und den notwendigen Hilfsmaßnahmen loten wir den aktuellen und anstehenden Bedarf an Unterstützungsmaßnahmen aus.

Trotz dieser Neuerungen und der Vertiefung gilt für die bdo-Konjunkturumfrage aber weiterhin: 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“, „gleichbleibend“ oder „ungünstiger“ gefragt. Die Prozentzahlen in den Darstellungen werden auf ganze Zahlen auf- oder abgerundet.

## bdo-Sonderabfrage:

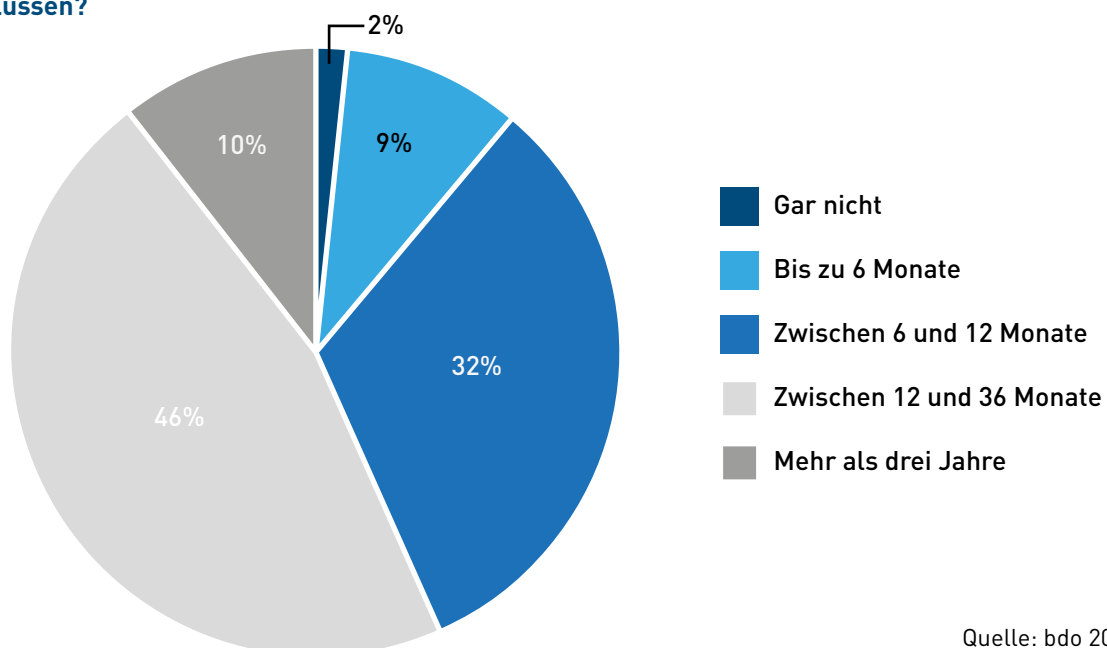
### Die Folgen der Corona-Krise und die aktuellen Restart-Perspektiven

Die Lage im privaten Busgewerbe ist dramatisch. Wiederholte und langanhaltende Fahrverbote im Gelegenheitsverkehr sowie auch starke Fahrgastrückgänge in Folge der Lockdown-Beschlüsse bringen mit der Zeit auch die stärkste Branche in Bedrängnis. Entscheidend für einen möglichst reibungslosen Restart und ein erfolgreiches Wiedererstarben des öffentlichen Personenverkehrs mit Bussen ist es, die tatsächlichen Verhältnisse in der Branche klar zu umreißen. Nur so können passende Schritte eingeleitet werden. Aus diesem Grund haben wir im Rahmen der diesjährigen Konjunkturumfrage eine spezielle Sondererhebung ergänzt. Sie zeigt, wie tiefgreifend die Krise wirkt.

#### Der Weg zur Normalität wird auch nach Ende der Einschränkungen lang

Fast die Hälfte der Busbranche in Deutschland rechnet mit einer sehr langen Zeit, bis eine echte wirtschaftliche Erholung einsetzt. 46 Prozent der teilnehmenden Unternehmerinnen und Unternehmer gaben an, dass die Folgen der Corona-Pandemie voraussichtlich noch 12 bis 36 Monate nach Ende aller Einschränkungen im öffentlichen Leben das Geschäft negativ beeinflussen werden. 10 Prozent rechnen sogar mit Auswirkungen, die länger als drei Jahre andauern. Mit einer schnelleren Erholung innerhalb von nur sechs Monaten nach Ende der öffentlichen Einschränkungen rechnen 9 Prozent.

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



Quelle: bdo 2021

Abb. 1: bdo-Sonderabfrage

## Fahrgast- und Kundenzahlen werden länger niedrig liegen

Mit einer schnellen vollständigen Erholung der Fahrgast- oder Kundenzahlen rechnen nur 5 Prozent der Unternehmen. Die Zahl derer, die gar nicht an eine vollständige Erholung glauben, liegt fast doppelt so hoch: bei 9 Prozent. Sogar 20 Prozent rechnen mit einer langsamen Erholung mit starken bleibenden Verlusten.

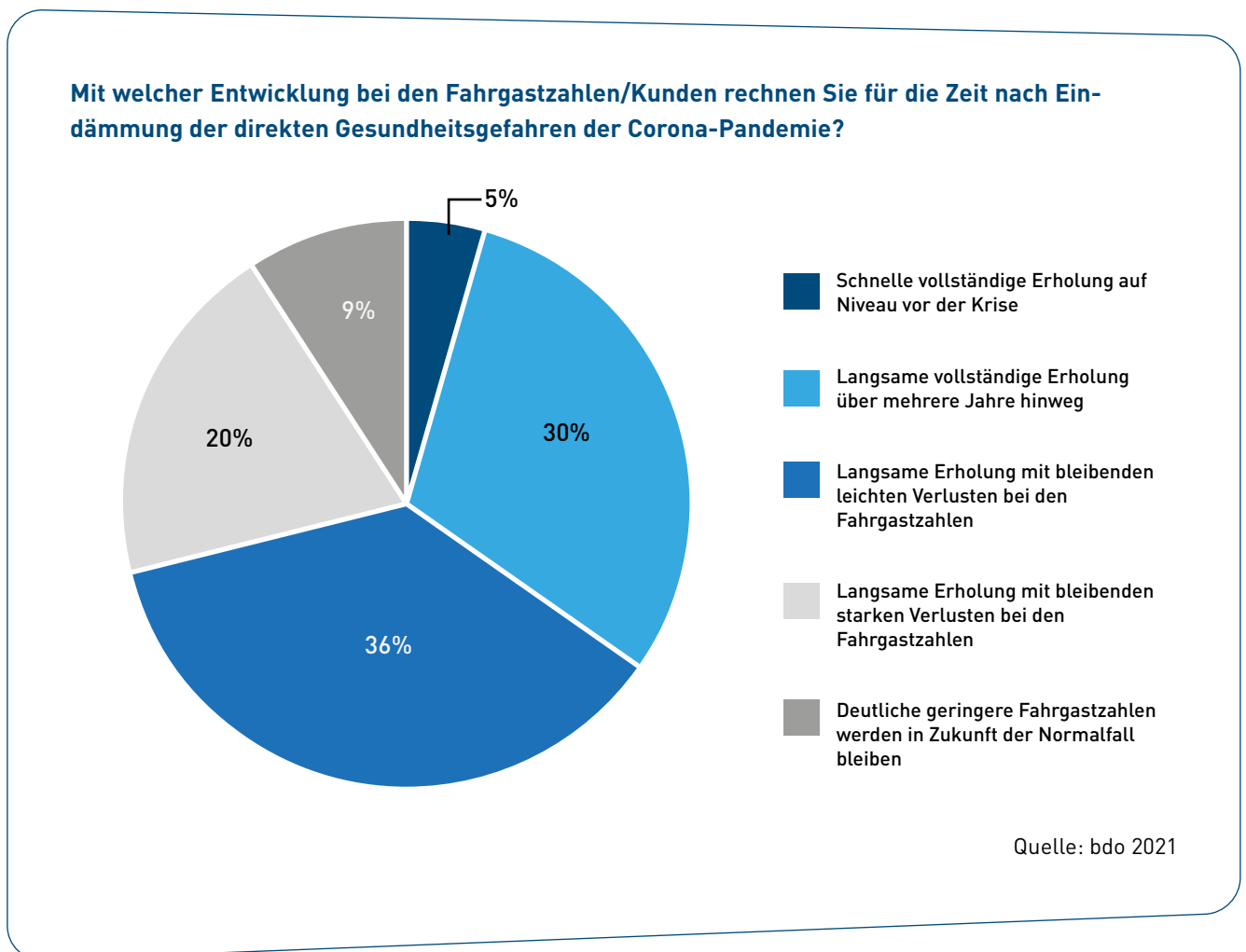


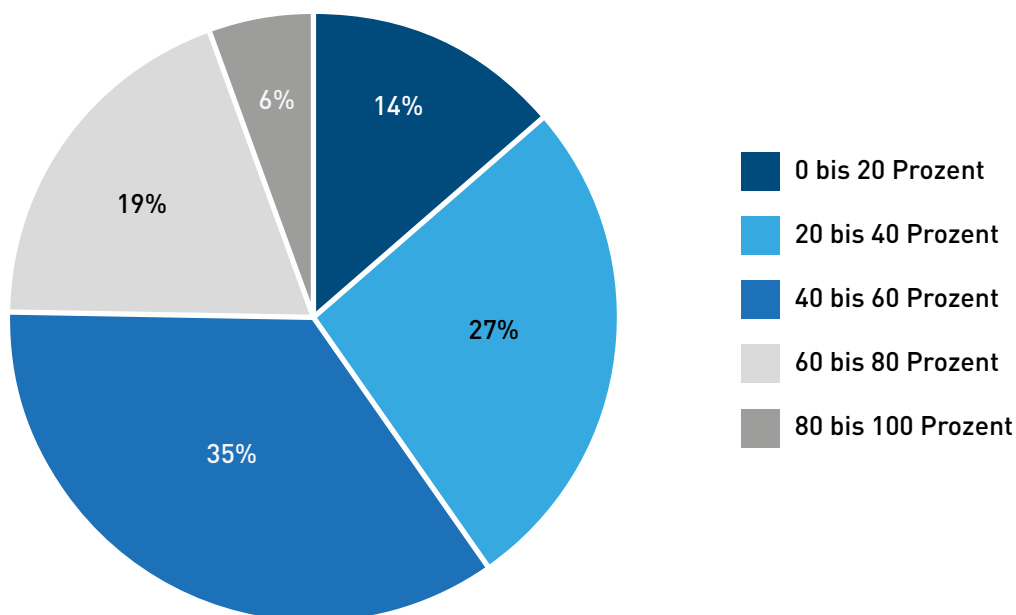
Abb. 2: bdo-Sonderabfrage



## Busbranche bleibt in den nächsten zwölf Monaten weit unter Vorkrisenniveau

Zusammengerechnet 76 Prozent der Unternehmen geben an, dass sie in den kommenden 12 Monaten weniger als 60 Prozent des Vorkrisengeschäftes erreichen können. Darin sind 14 Prozent enthalten, die sogar weniger als 20 Prozent des Vorkrisengeschäftes erreichen können. Die ÖPNV-Unternehmen sehen hierbei weniger skeptisch auf das kommende Jahr. Hier sind es zusammengerechnet 40 Prozent, die in diesem Zeitraum mit höchstens 60 Prozent des Vorkrisengeschäftes rechnen. In Touristik und Gelegenheitsverkehr sind es 92 Prozent und bei den Fernbus-Unternehmen sogar glatte 100 Prozent.

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



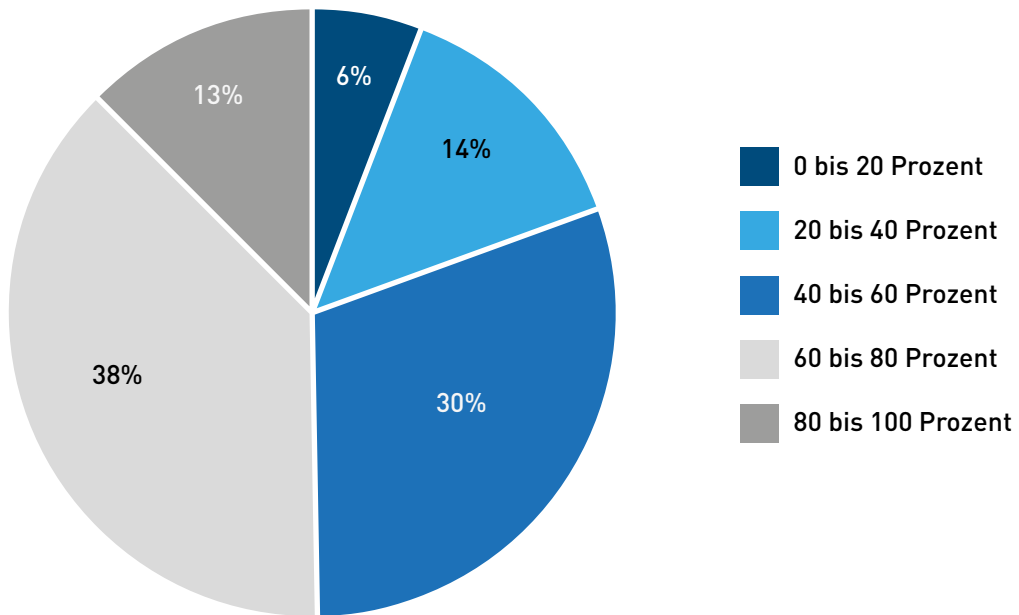
Quelle: bdo 2021

Abb. 3: bdo-Sonderabfrage

### Drastische Einbußen auch über die kommenden zwei Jahre hinweg erwartet

Zusammengerechnet 50 Prozent der Befragten gaben an, dass Sie mit Blick auf die kommenden 24 Monate mit weniger als 60 Prozent des Vorkrisengeschäfts rechnen. 6 Prozent davon müssen derzeit davon ausgehen, dass sie sogar unter 20 Prozent des Vorkrisenniveaus bleiben werden. Auch hier liegen die Werte für den ÖPNV (29 Prozent) niedriger als im Fernbussegment (50 Prozent) und bei Touristik und Gelegenheitsverkehr (58 Prozent).

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



Quelle: bdo 2021

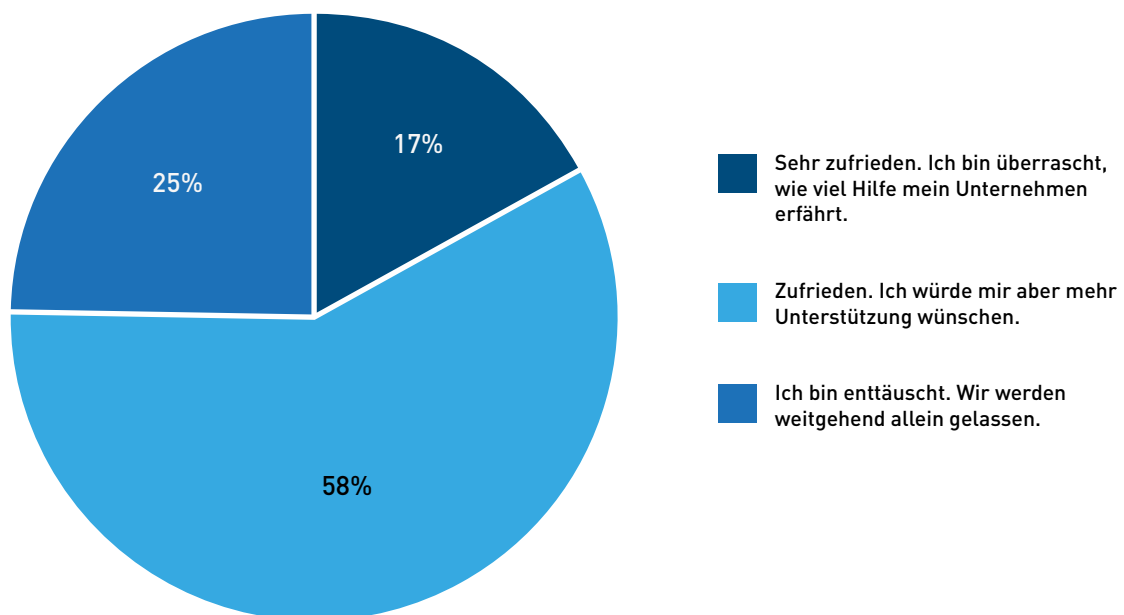
Abb. 4: bdo-Sonderabfrage

## Große Unterschiede bei der Zufriedenheit mit Hilfsmaßnahmen des Bundes

17 Prozent der Teilnehmerinnen und Teilnehmer gaben an, dass sie „sehr zufrieden“ mit den Hilfen der Bundesregierung zur Krisenbekämpfung waren. Weitere 58 Prozent gaben an, dass sie insgesamt „zufrieden“ mit diesen Maßnahmen sind. Für immerhin 25 Prozent gilt dies jedoch nicht. Sie fühlten sich weitgehend alleingelassen in der Krise.

Das starke Auseinanderdriften der Ergebnisse ist durch die Beschaffenheit der Hilfsprogramme zu erklären, die weiterhin viele hilfsbedürftige Unternehmen aufgrund des Zuschnitts ausschließen. Dies betrifft beispielsweise Mischbetriebe. **Weiterhin bestehende Hilflücken, die sich aus den unterschiedlichen Unternehmensstrukturen in der Busbranche ergeben, müssen geschlossen werden.** Das ist sowohl eine Frage der Fairness als auch wichtig für den Fortbestand der systemrelevanten Unternehmen.

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



Quelle: bdo 2021

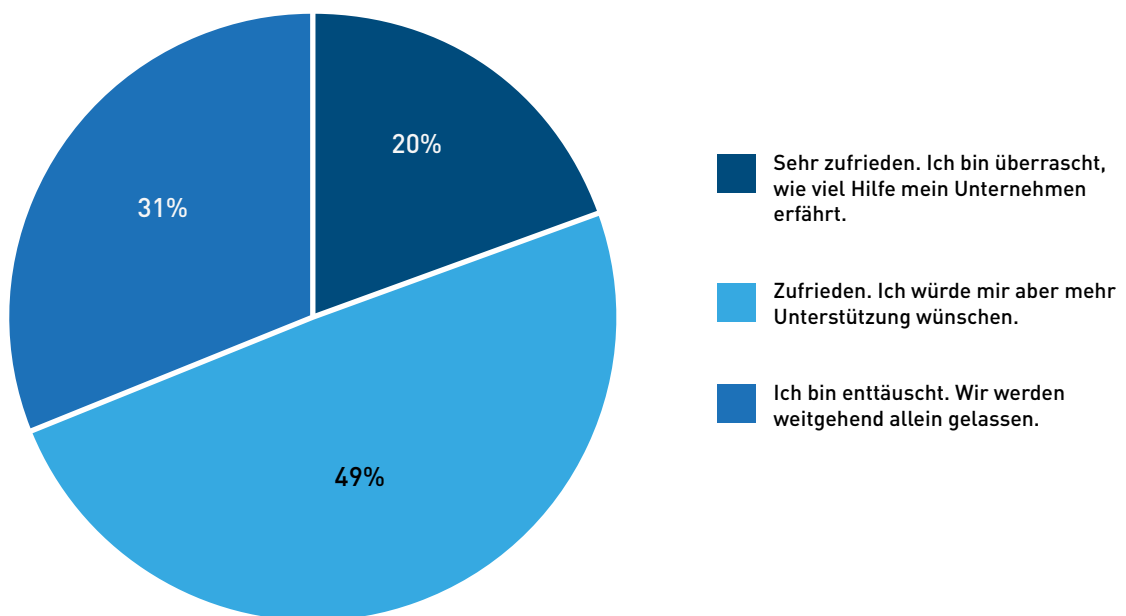
Abb. 5: bdo-Sonderabfrage

## Ein Flickenteppich bei Landeshilfen sorgt für unfaire Diskrepanzen

20 Prozent der Befragten gaben an, dass Sie „sehr zufrieden“ mit der Unterstützung durch ihr Bundesland waren. 49 Prozent zeigten sich „zufrieden“. Mit 31 Prozent musste jedoch ein sehr hoher Anteil konstatieren, dass sie enttäuscht sind und dass Busunternehmen allein gelassen wurden. **Die sehr große Varianz der Ergebnisse ist darauf zurückzuführen, dass die Bundesländer auch tatsächlich ganz unterschiedlich mit Landesprogrammen auf die Krise reagiert haben.** In manchen Bundesländern wurde die Systemrelevanz der Busbranche erkannt und diese spiegelte sich in eigenen Maßnahmen. Busunternehmen aus anderen Regionen erlebten hingegen einen Wettbewerbsnachteil, da bei ihnen vor Ort weniger Engagement für die Rettung aufgebracht wurde.

Die höchste Zustimmung zur Rettungspolitik des Landes kam aus Baden-Württemberg, wo 43 Prozent der Unternehmen sehr zufrieden waren. Das spiegelt die großen Bemühungen der dortigen Landesregierungen, die eigene Rettungsschirme aufgelegt hat.

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



Quelle: bdo 2021

Abb. 6: bdo-Sonderabfrage

## 1 Bustouristik/Gelegenheitsverkehr

### Geschäftslage: Stimmung düster

Nach einem leichten Aufschwung im Jahr 2019, beurteilen die Unternehmer nun mit rund **97 Prozent** im Vergleich zum Vorjahr die allgemeine Geschäftslage als ungünstig. Die Anzahl derer, die ihre Situation als günstig bewerten, liegt bei **1 Prozent**. Durch die Veränderung bei der Zahl unzufriedener Unternehmen um **94 Prozentpunkte** im Vergleich zum Vorjahr, fällt der Saldo in den deutlich negativen Bereich (**-96**).

Bei der Umfrage wurde bei den Unternehmensgrößen zwischen kleinen (bis 5 Busse), mittelgroßen (6 – 20 Busse) und großen (über 20 Busse) Betrieben unterschieden. Zwischen den Unternehmensgrößen lässt sich im Gegensatz zum Vorjahr kein nennenswerter Unterschied erkennen. Jeder Betrieb bewertet das Geschäftsjahr 2020 als ähnlich ungünstig (**K: 98 %; M: 96 %; G: 98 %**).

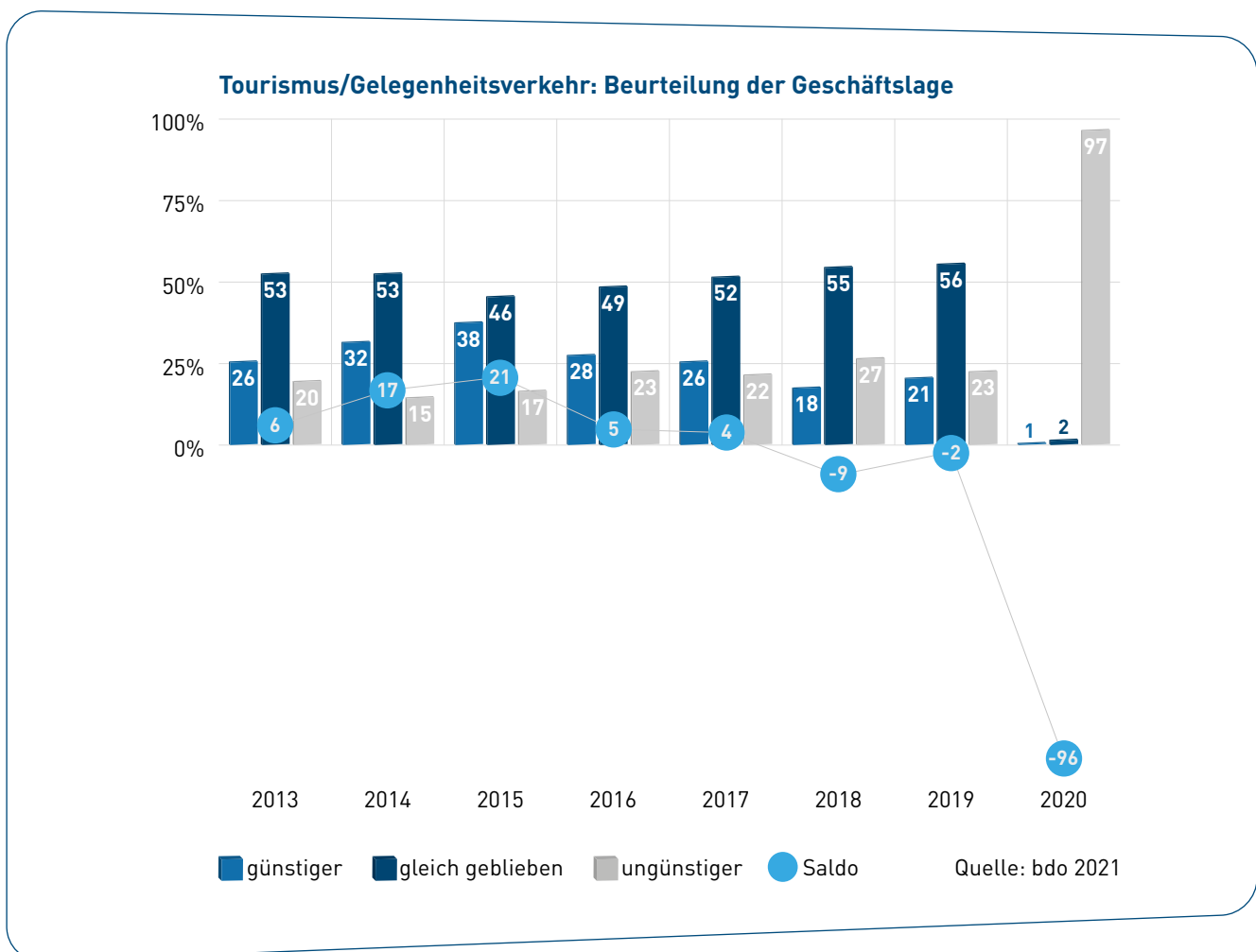


Abb. 7: Geschäftslage der Bustouristik

### Umsatzentwicklung: starker Rückgang

Nach drei Jahren eines leichten, stetigen Aufschwungs, konnte diesmal nur rund **1 Prozent** aller Unternehmen steigende Umsätze erzielen. Und selbst hierbei muss es sich um Sondereffekte handeln, die etwa aus Markt-Neueintritten resultieren können.

Die Mehrheit der Unternehmerinnen und Unternehmer (98%) verzeichnet hingegen Umsatzeinbußen. Dementsprechend liegt der Saldo im negativen Bereich bei **-97 Prozentpunkten**. Folglich ist der prozentuale Anteil an Unternehmen mit Einbußen in der Umsatzentwicklung überproportional zum Vorjahr gestiegen. Unabhängig von ihrer Größe, sind sich die Unternehmen über die negative Entwicklung einig. **(K: 99%; M: 97%; G: 98%)**

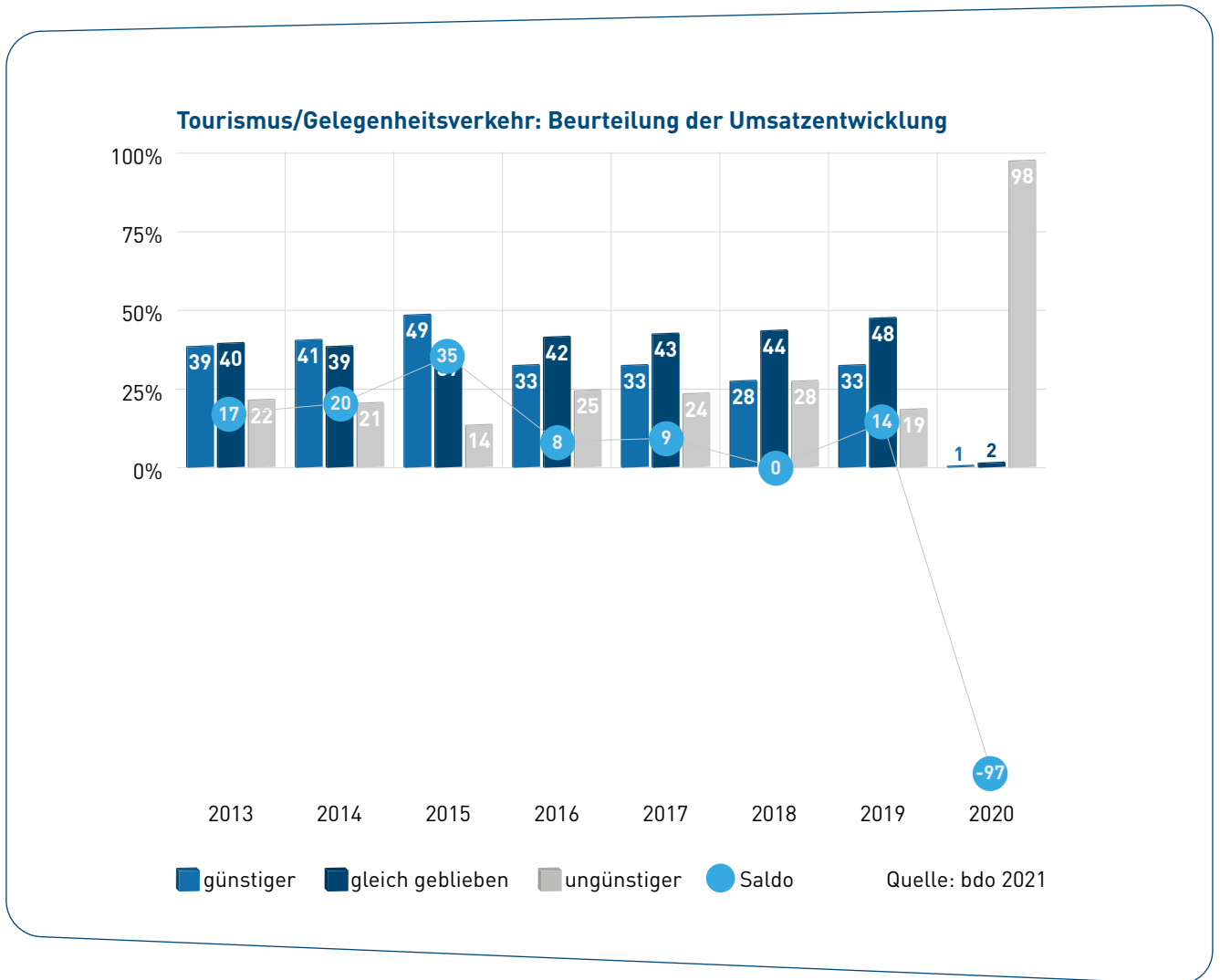


Abb. 8: Umsatzentwicklung der Bustouristik

## Gewinnentwicklung: von minimalem Ausmaß

Nach einem leichten positiven Trendwechsel im Geschäftsjahr 2019, verzeichnen die Unternehmen eine massive Verschlechterung der Gewinnentwicklung im Jahr 2020. Mit einem Anstieg von 60 Prozentpunkten hat sich die Anzahl der Unternehmen mit einer ungünstigen Gewinnentwicklung fast verdreifacht (**96%**). Zugleich ist der Anteil derer gesunken, die ihre Gewinnentwicklung als günstig zum Vorjahr bewerten (**2%**). In der Gesamtheit verschlechtert sich der Saldo zum Vorjahr um 80 Prozentpunkte auf **-94 Prozentpunkte**.

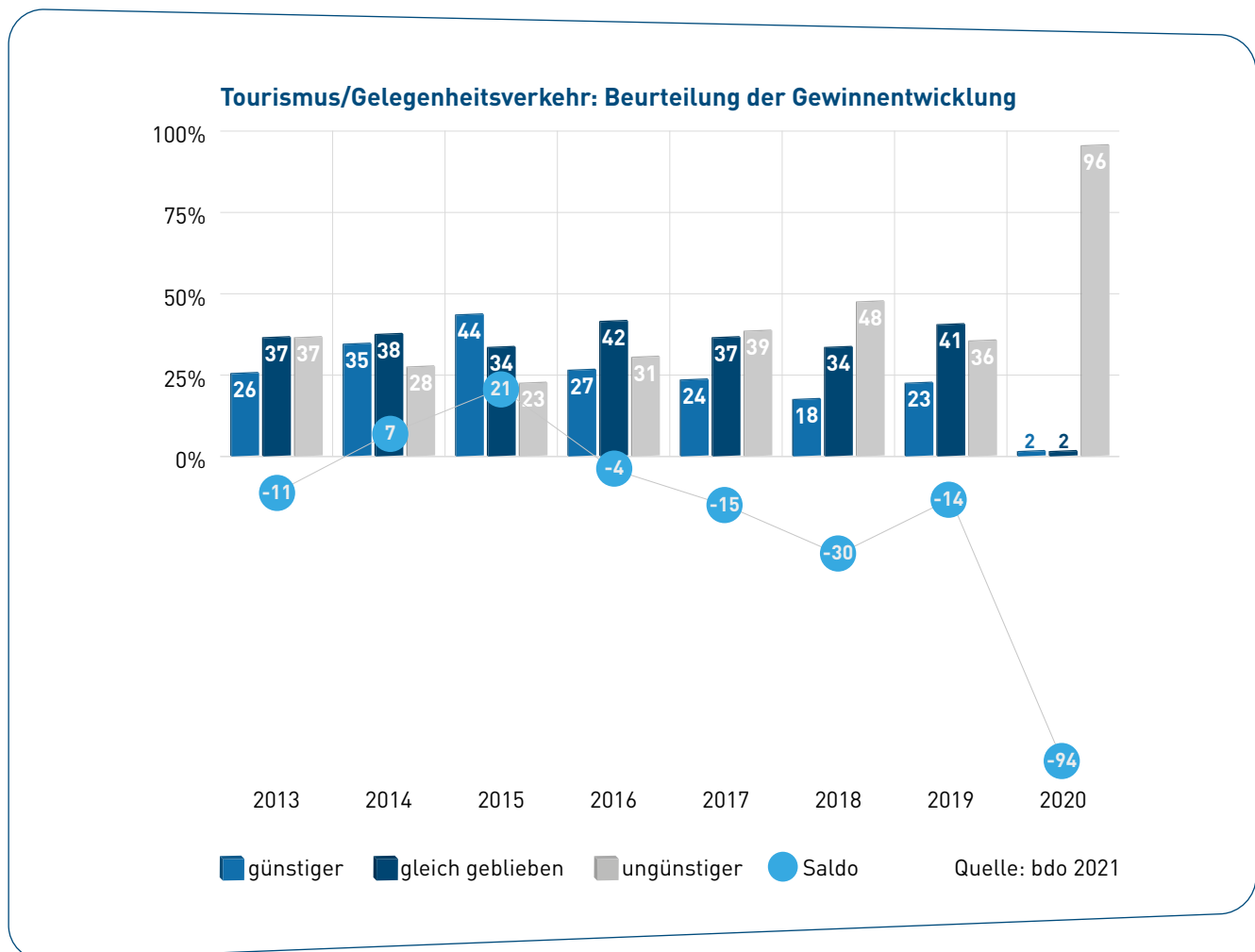


Abb. 9: Gewinnentwicklung der Bustouristik

## Verschiedene Marktsegmente

### Mietomnibusverkehr: stark negativer Trend

Der Mietomnibusverkehr entwickelte sich ebenfalls stark rückläufig im Gegensatz zum Aufschwung im Geschäftsjahr 2019. Die Unternehmen weisen mit **98 Prozent** eine starke negative Entwicklung auf. Womit der Saldo das erste Mal in den letzten acht Jahren auf **-97 Prozentpunkte** fällt.

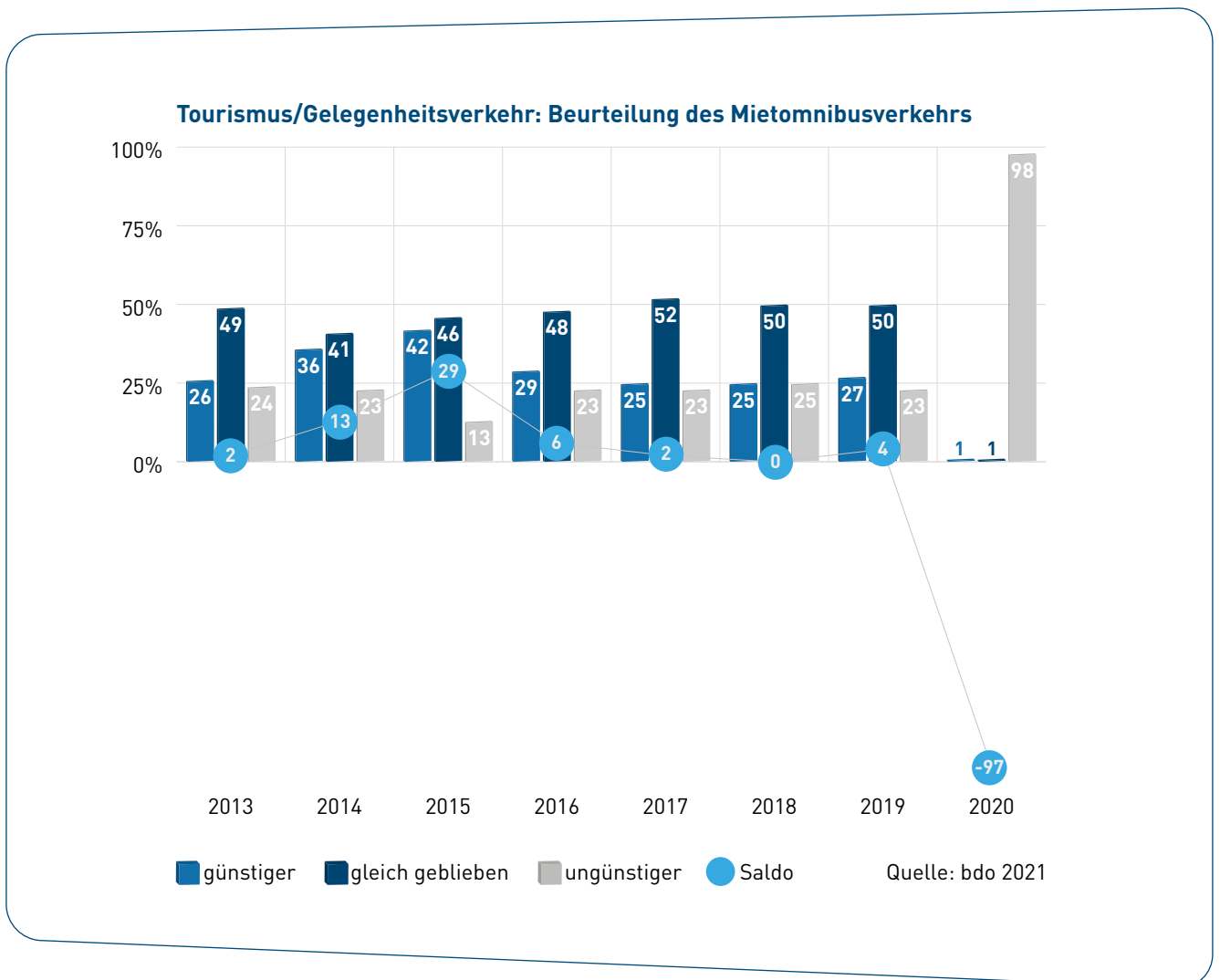


Abb. 10: Mietomnibusverkehr



### Eigenveranstaltete Busreisen: Trend erneut negativ

Die Unzufriedenheit steigt mehrheitlich bei den befragten Unternehmen auf **98 Prozent**. Lediglich **1 Prozent** bewertet die eigenveranstalteten Busreisen mit gleichbleibend oder günstiger. Dieser negative Trend führt zu einem starken Abschwung des Saldos auf **-97 Prozentpunkte**.

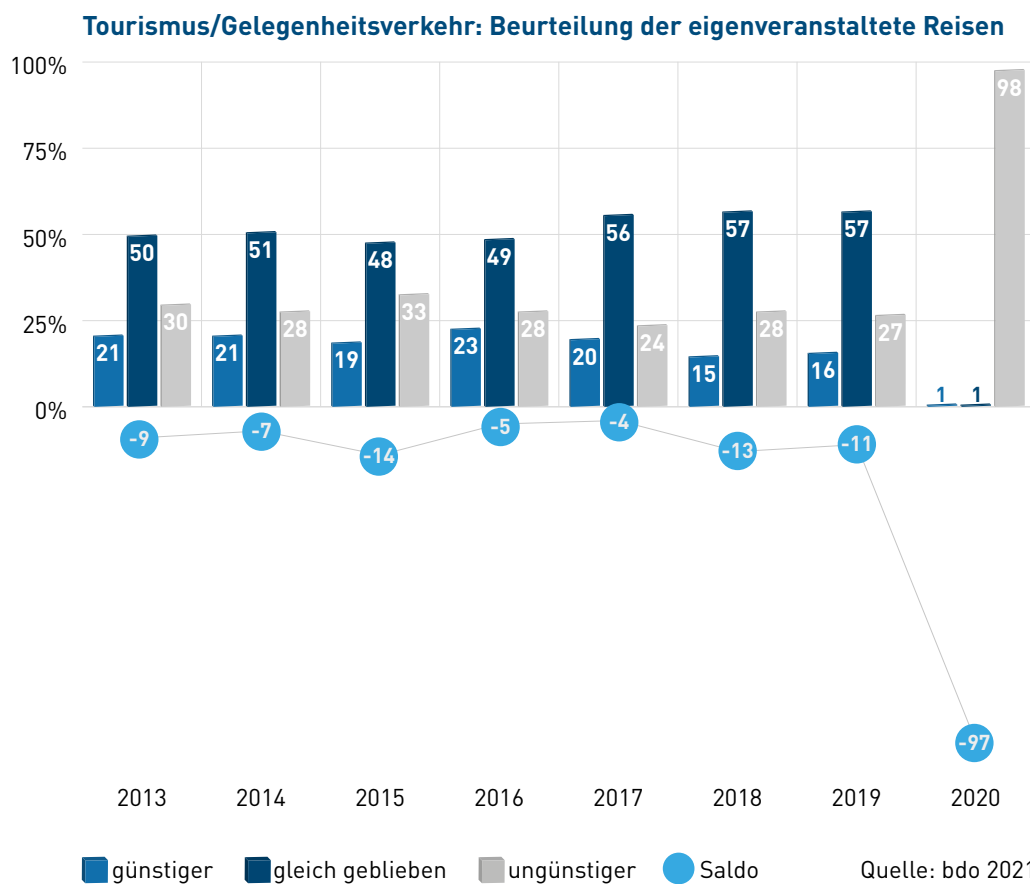


Abb. 11: Eigenveranstaltete Busreisen

**Tagesausflugsverkehr: Stimmung düster**

Es zeigt sich eine starke Diskrepanz von **80 Prozent** zum Vorjahr zwischen den Unternehmen, die eine ungünstige Entwicklung bei den Tagesausflugsfahrten beobachten. Lediglich **2 Prozent** der Unternehmen verbuchen eine gleichbleibende Entwicklung bei Tagesausflugsfahrten. Der Saldo fällt erstmalig seit dem Geschäftsjahr 2013 in den negativen Bereich mit **-96 Prozentpunkten**.

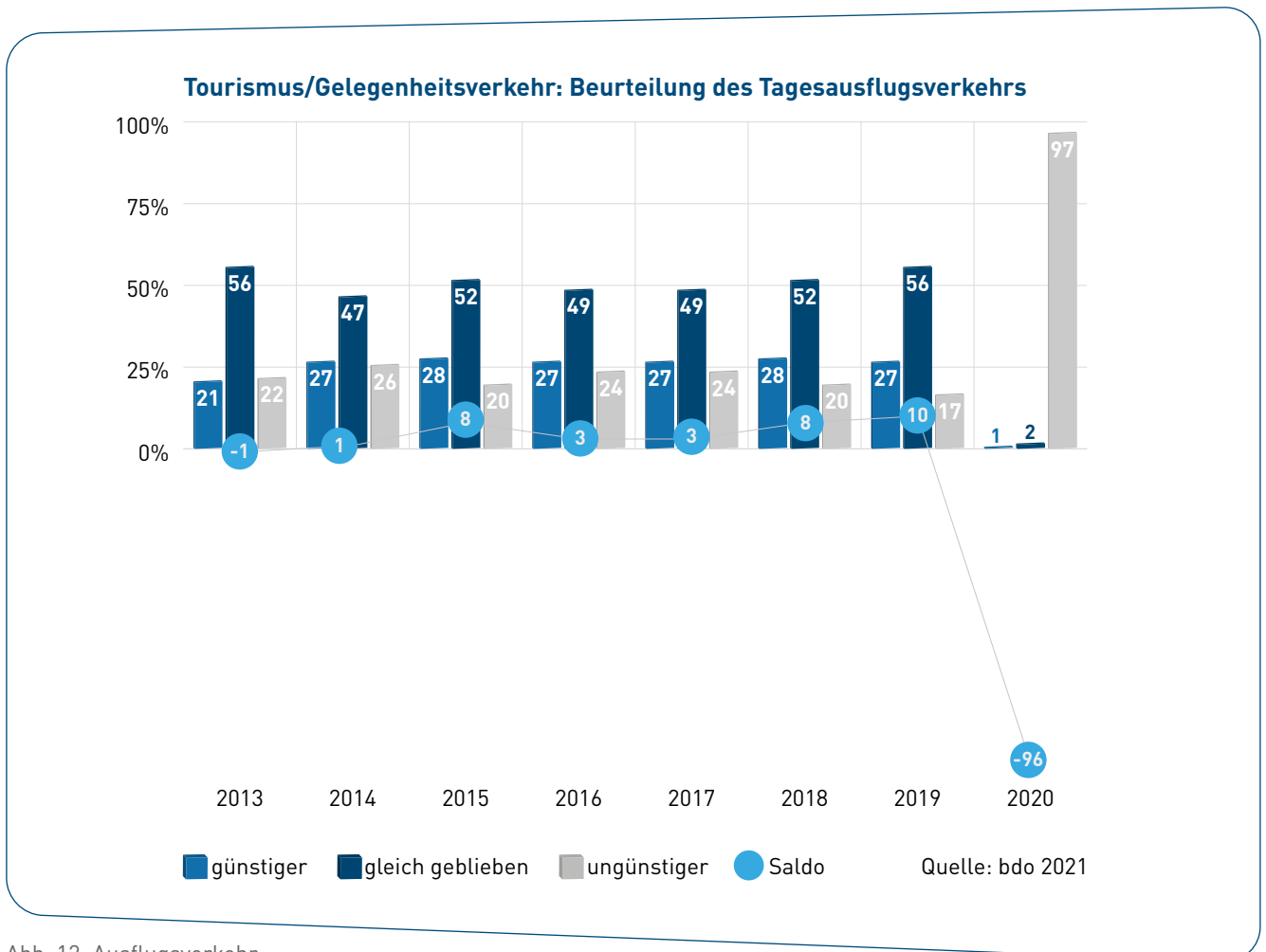


Abb. 12: Ausflugsverkehr

## Buchungszahlen

### Buchungszahlen im Inland: rapides Absinken

Die befragten Unternehmen verzeichnen einen starken Buchungsrückgang im Inland (**97%**). Im Vergleich zum stabilen Vorjahr verringern sich die Zahl derjenigen, die mit gleichbleibenden Buchungszahlen rechnen um 57 Prozentpunkte. Die Buchungszahlen im Inlandstourismus erreichen somit einen **-96 Prozentpunkten**.

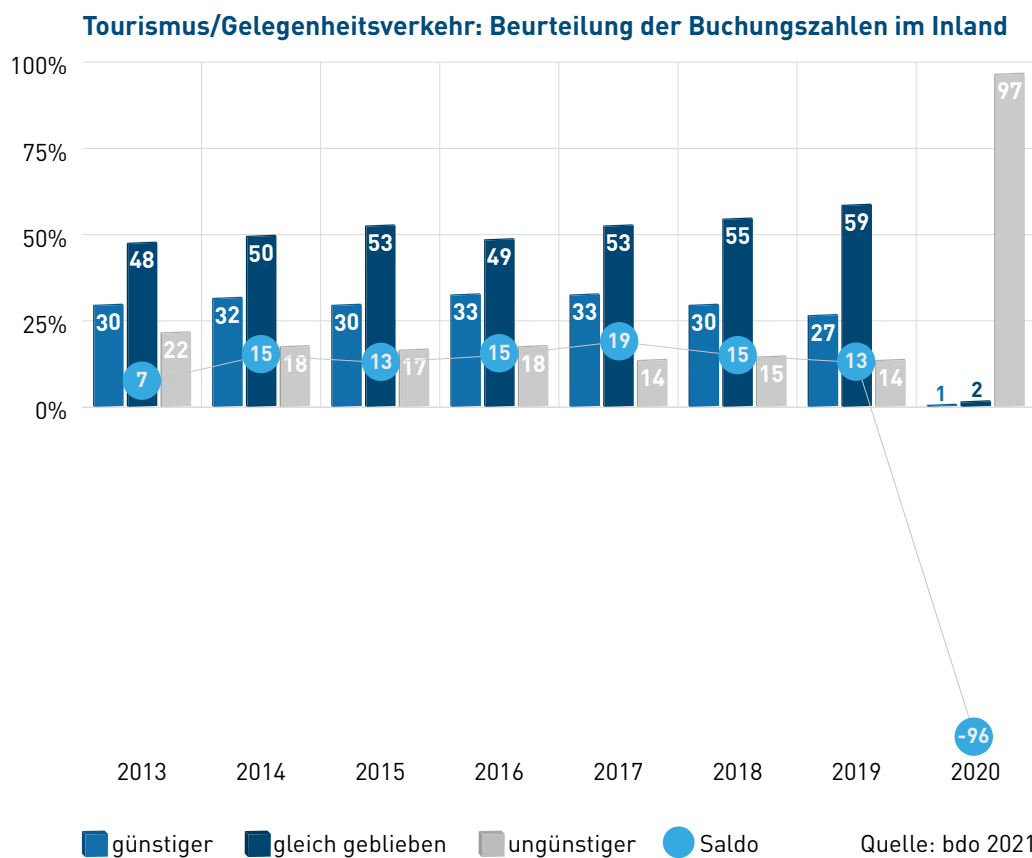


Abb. 13: Buchungszahlen Inland

### Buchungszahlen ins Ausland: starker Negativtrend

Die Buchungszahlen ins Ausland sind stark rückläufig gegenüber dem Vorjahr. Mit einer Differenz von 65 Prozentpunkten steigt der Buchungsrückgang bei den Busunternehmen (**98%**). Dementsprechend verstärkt sich der Trend, dass in diesem Segment seit Jahren die schlechten Buchungszahlen die Verbesserungen übertreffen. In Folge dessen fällt der Negativsaldo um weitere 78 Prozentpunkte auf **-97 Prozentpunkte**.

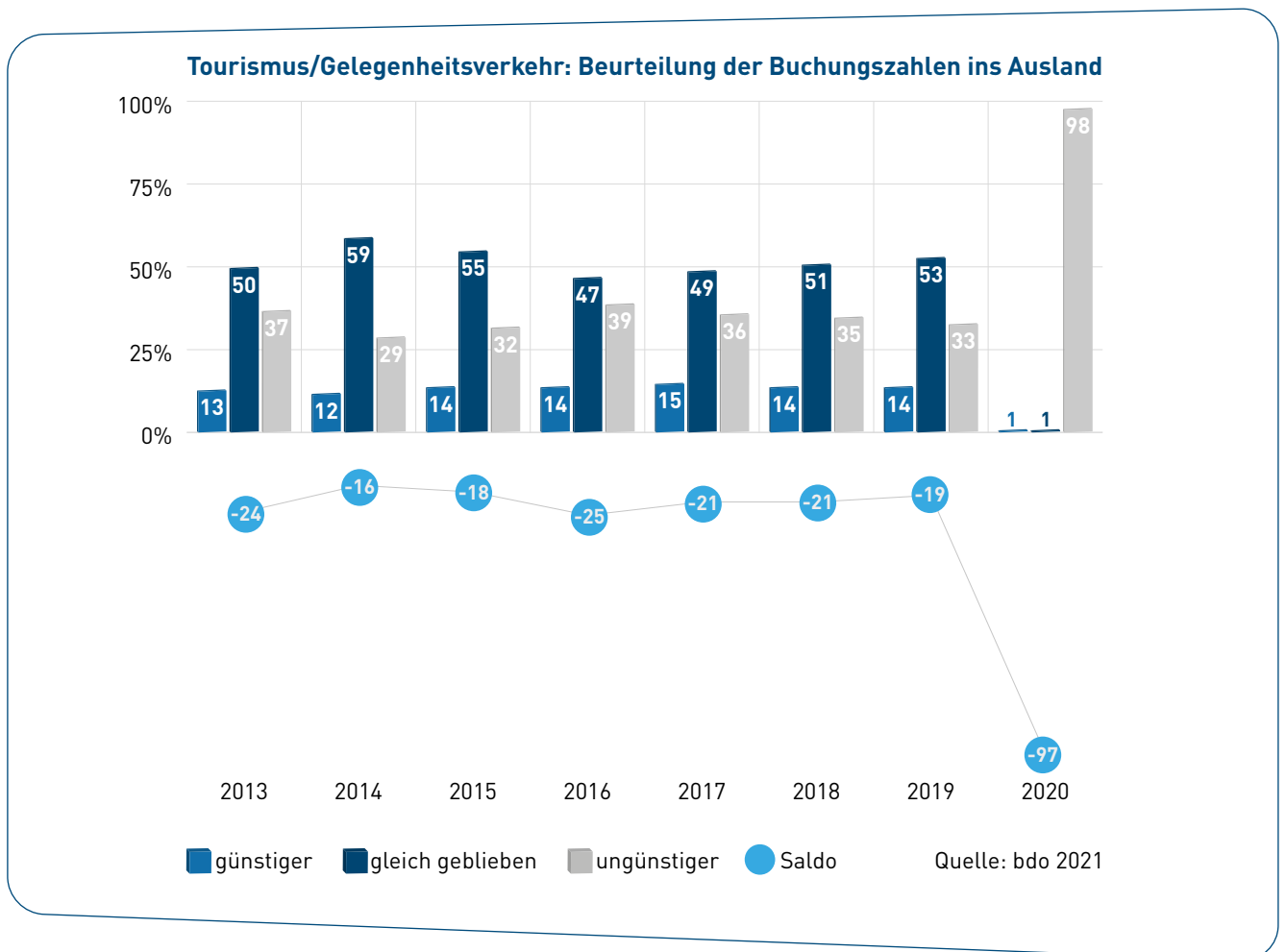


Abb. 14: Buchungszahlen Ausland

## Trends im Bustourismus

### Aktuelle Hauptzielgruppen

Mit einer Steigerung von 3 Prozent benennen rund **93 Prozent** der befragten Unternehmen weiterhin die Best Ager/Seniorinnen und Senioren als ihre Hauptzielgruppe. An zweiter Stelle folgen die Studentinnen und Studenten bzw. Schülerinnen und Schüler mit rund **47 Prozent**. Im Anschluss folgen die Singles (**21%**), Familien (**14%**) und mobilitätseingeschränkte Reisende (**10%**).

### Hauptzielgruppe/n im Bereich Tourismus/Gelegenheitsverkehr

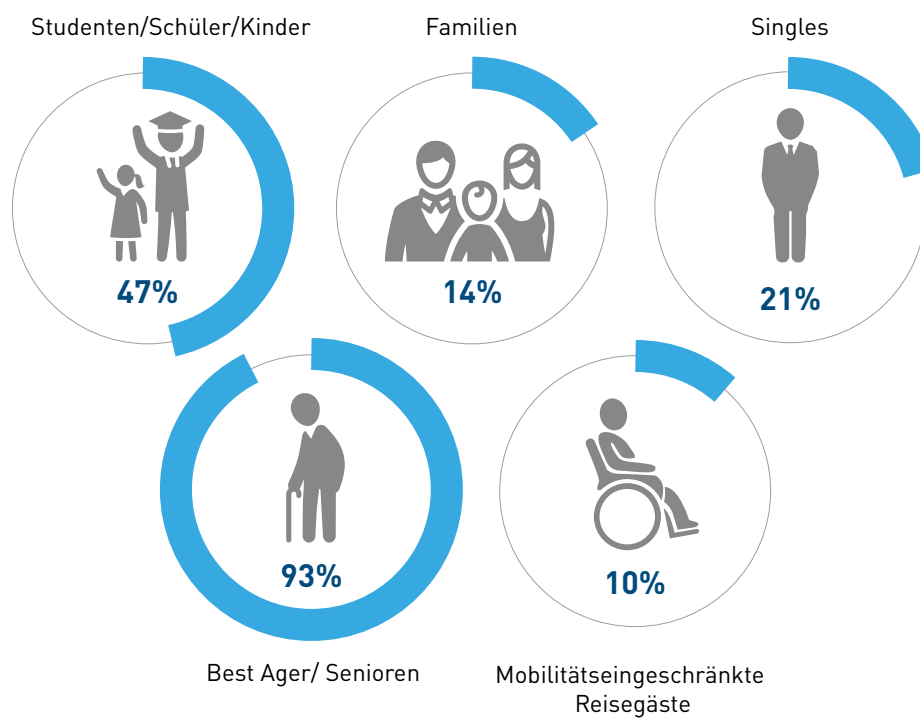
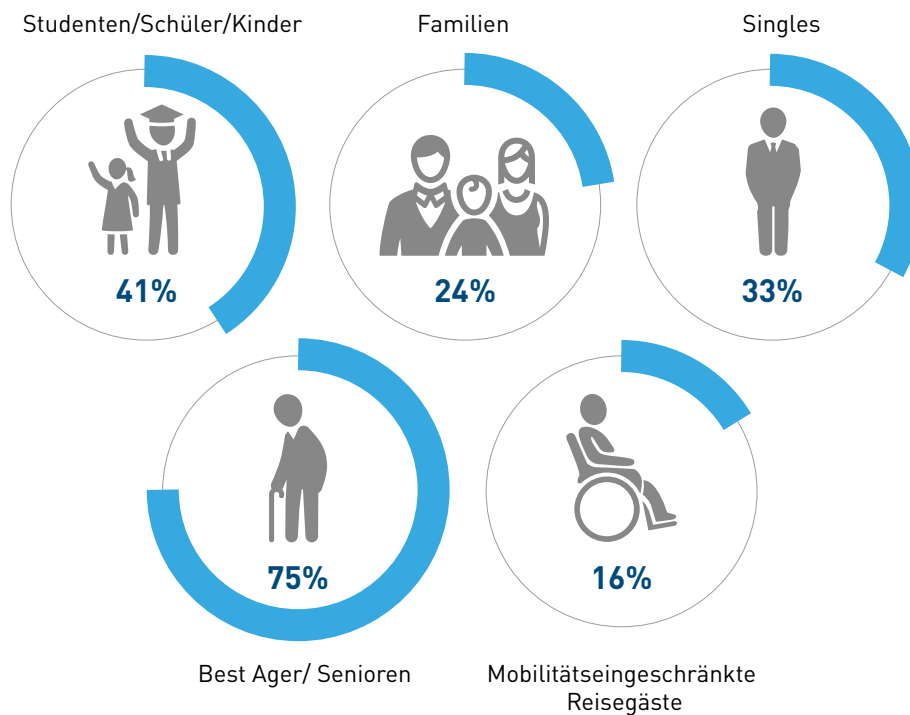


Abb. 15: Hauptzielgruppen Bustourismus

### Zielgruppen mit Potenzial

Das größte Potenzial bleibt für die Busunternehmerinnen und Busunternehmer bei den Best Ager/Senioren als Zielgruppe – mit einer Steigerung von 3 Prozentpunkten zum Vorjahr auf rund **75 Prozent**. Die Studentinnen und Studenten sowie Schülerinnen und Schüler gehören mit **41 Prozent** ebenfalls zu einer wichtigen Zielgruppe. Kurz darauf folgen die Singles mit **33 Prozent**. Die Familien (**24 %**) und mobilitätseingeschränkten Reisegäste (**16 %**) werden als Zielgruppen mit geringerem Potenzial eingeschätzt.

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



Quelle: bdo 2021

Abb. 16: Zielgruppen mit Potenzial im Bustourismus

## Zukunftstrends in der Bustouristik/im Gelegenheitsverkehr

Die Mehrheit der Busunternehmen rechnet weiterhin mit einem **Anstieg der Bedeutung der Kurz- und Tagesreisen**. Allerdings wird hier ein geringer Rückgang bei der Nennungshäufigkeit zu den Vorjahren verzeichnet (**2018: 75%; 2019: 76%; 2020: 69%**). Ausschlaggebender Grund hierfür können die momentan verhaltenen Prognosen für das Geschäftsjahr 2021 sein. Im Gegensatz zum Vorjahr werden in diesem Geschäftsjahr die **Aktivreisen** als besonders beliebt gedeutet, da hier eine starke Zunahme zu verzeichnen ist (**2019: 16%; 2020: 25%**). Der Trend zum **Gesundheitstourismus** liegt an zweiter Position und verzeichnet einen leichten Aufschwung (**2018: 15%; 2019: 13%; 2020: 24%**). Bei den **Eventreisen** (**2018: 30%; 2019: 31%; 2020: 19%**) ist ein Rückgang zu beobachten, aber auch **Luxusreisen** (**2019: 14%; 2020: 13%**) verzeichnen ein sinkendes Interesse. Die **Familienurlaubsreisen** (**2019: 1%; 2020: 5%**) zeigen eine leichte Steigerung auf niedrigem Niveau.

Die Reise-Intensität wird gemäß dieser Umfrage innerhalb Deutschlands zunehmen. Mit einer Steigerung von 24 Prozent zum Vorjahr sind rund **80 Prozent** der Befragten davon überzeugt, dass zukünftig die Anzahl an Busreisen im **Inlandstourismus** ansteigen wird. Im Gegensatz zu diesem Anstieg, verzeichnet der Trend zum **Auslandstourismus** (**2019: 10%; 2020: 5%**) einen starken Rückgang.

Mehr als die Hälfte der Busunternehmen geht von zukünftig **sinkenden Fahrgastzahlen** aus (**58%**). Lediglich **7 Prozent** gehen von einer Steigerung aus.

Die Umfrageteilnehmer schätzen die **Probleme mit Overtourism-Destinationen** (z.B. durch unzufriedene Gäste, Preissteigerung, verstopfte Straßen, etc.) mit rund **27 Prozent** etwas geringer als im Vorjahr (2019: 28%).

Die Bedenken, zukünftig **eine steigende Anzahl an plötzlichen Stornierungen durch die steigende Terrorgefahr in Europa** feststellen zu müssen, haben sich zum Vorjahr verstärkt (**2018: 20%; 2019: 16%; 2020: 24%**).

Außerdem kommen neue Entwicklungen und Herausforderungen auf die Branche zu. Aufgrund möglicher Insolvenzen durch die Pandemie steigt **die Unsicherheit**

**der Gäste bei der Buchung von Pauschalreisen**. Knapp über die Hälfte der Unternehmen (53%) können dies bereits beobachten.

In diesem Geschäftsjahr sind weniger Unternehmen davon überzeugt, dass die **Nachfrage nach digitalen Angeboten** wie High-Speed-Internet, Streaming-Angeboten etc. zukünftig zunehmen wird (**2019: 24%, 2020: 20%**). Im Zuge dessen betrachten die Bustouristiker die **Digitalisierung** eher kritisch. Ähnlich zum Vorjahr sehen die Unternehmen hierdurch weniger Chancen für ihr eigenes Geschäft. Mit lediglich einem Prozent zum Vorjahr wächst der Anteil der Befürworter auf **20 Prozent**. Der Anteil der Skeptiker liegt bei **32 Prozent** (2019: 30%).

Das Thema **Nachhaltigkeit** spielt bei den Unternehmen durch **umweltschonende Programmplanung** (**2019: 52%; 2020: 54%**) eine immer größere Rolle. Wiederum verzeichnet die Relevanz einer **Wahlmöglichkeit von klimaneutralen Busreisen** (**2019: 20%; 2020: 17%**) einen leichten Rückgang. In der **Fridays for Future-Bewegung** sehen weiterhin Wenige eine Chance für ihr eigenes Geschäft (**9%**).

Ebenso wie im Vorjahr sind sich die Befragten mit rund **95 Prozent** der Unternehmen einig, dass es derzeit **noch nicht möglich ist alternative Antriebe wirtschaftlich zu betreiben**. Es mangelt laut den Unternehmen weiterhin sowohl an **passenden Fahrzeugen am Markt** (**2019: 79%; 2020: 72%**) als auch an einer **besseren Förderung bei Busanschaffung und dem Aufbau der Infrastruktur** (**2019: 64%; 2020: 68%**). Ebenso kritisch wird die **Bereitstellung erforderlicher Energiemengen durch Energieversorger vor Ort** (**42%**) betrachtet.

Demnach sehen lediglich **3 Prozent** der Unternehmen eine Chance, dass **Dieselbusse innerhalb der nächsten 5 Jahre vollständig ersetzt werden** können. Die Mehrheit (**91%**) ist davon überzeugt, dass dieses Ziel in diesem zeitlichen Rahmen nicht realisiert wird. Mit einer Steigerung von 4 Prozentpunkten zum Vorjahr sehen rund **12 Prozent** der Bustouristik eine Chance in **alternativen Antriebsformen** wie z.B. Elektromobilität.

### Herausforderungen in der Bustouristik/im Gelegenheitsverkehr

Eine der größten Herausforderungen, die aus diesem Geschäftsjahr resultiert, sind die Folgen der Corona-Krise. Um im Zuge dessen **eine Stabilisierung des Gelegenheitsverkehrs nach der Krise** zu gewährleisten, stimmt über die Hälfte der Unternehmer **(57%)** für ein **klares Bekenntnis seitens der Politik zum Bus** und seiner Bedeutung für die Verkehrswende. Rund **16 Prozent** sprechen sich für einen **Abbau der finanziellen Vorteile für Pkw- und Flugverkehr** aus. Zudem stimmen **14 Prozent** für den **Abbau der Bürokratie** und **13 Prozent** sind für eine **Senkung der Mehrwertsteuer** von 19 auf 7 Prozent.

Damit verbunden waren für die Unternehmen die finanziellen Unterstützungen von großer Bedeutung. Für die Befragten ist der **rettungsschirm für die Bustouristik aus dem BMVI** mit rund **54 Prozent** am wichtigsten. Kurz danach folgend mit rund **46 Prozent** die **Überbrückungshilfen**, welche als fast ebenso wichtig angesehen werden.

Die Busunternehmen sind sich weiterhin nahezu einig, dass die **hervorragende Umweltbilanz des Busses in den aktuellen politischen Rahmenbedingungen nicht angemessen berücksichtigt wird (2019: 90%; 2020: 87%)**.

Die überwiegende Mehrheit der Befragten **(85%)** rechnet mit negativen Folgen für Ihr Unternehmen resultierend aus einer **Busmaut**.

Der **Fahrermangel** belastet weiterhin die Hälfte der Unternehmen, verzeichnet aber eine marginale positive Entwicklung. **50 Prozent** der Unternehmen klagen über fehlendes Personal. Das sind 18 Prozent weniger zum Vorjahr, was schlicht darauf zurückzuführen ist, dass über lange Zeiträume Stillstand herrschte. Im Gegensatz zum Vorjahr (60%) bestätigen nur **50 Prozent** der bustouristischen Unternehmen, dass sich der **Fahrermangel so gravierend auf die betriebliche Tätigkeit auswirkt**, dass zum Beispiel Fahrten aufgrund dessen nicht angeboten werden können. Bei **31 Prozent** hat sich der **Fahrermangel in den letzten 12 Monaten noch weiter verschärft**.

Weitere Entwicklungen, die die Bustouristiker vor große Herausforderungen stellen würden, sind die **steigenden Energiepreise (50%)** oder die **Erhöhung der Dieselsteuer (51%)**. Die Auswirkungen der **Einführung eines CO2-Preises auf Benzin und Diesel im Jahr 2021** bewerten **40 Prozent** der Unternehmen als schwerwiegend. Der Preis führt zu erheblich steigenden Kosten und damit verbunden zu sinkender Wettbewerbsfähigkeit. Weitere **21 Prozent** der Befragten prognostizieren deutliche Folgen durch die daraus resultierenden steigenden Kosten, wodurch **weniger Fahrgäste** mitreisen werden. Außerdem weisen immerhin **33 Prozent** darauf hin, dass sich Ihre **Gewinnmarge dadurch verkleinert**.

Der **zunehmende administrative Aufwand** als Herausforderung ist zum Vorjahr um 35 Prozent auf **33 Prozent** gesunken. Weiterhin geben rund **82 Prozent** der teilnehmenden Unternehmen an, dass sich der **zunehmende administrative und finanzielle Aufwand in einigen Ländern sogar auf die Destinationswahl bei der Konzipierung einer Reise beziehungsweise Reiseroute auswirkt**. Dies können zum Beispiel die steigenden Einfahrtsgebühren in Städte, verschiedene Mehrwertsteuerbestimmungen oder die Einführung von Mindestlohn- und Entsenderegelungen sein.

Auch die unterschiedlichen und **zunehmend komplizierten Mehrwertsteuerregelungen in verschiedenen EU-Mitgliedstaaten** belasten die Unternehmen **(56%)**.

Weitere Herausforderungen, wie die **Einführung von Dieselfahrverboten in Städten und Regionen**, die wachsende Anzahl an unterschiedlichen **Umweltzonen** und auch die **steigenden Umweltauforderungen** verunsichern nach wie vor **33 Prozent** der Unternehmen.

Die **einseitige Reduzierung der Mehrwertsteuer nur für Fahrgäste im Schienenverkehr** hat sich laut Umfrage auf 25 Prozent der Unternehmen negativ ausgewirkt.



## Prognose: verhaltene Aussichten

Die allgemeine Geschäftslage wurde zusammen mit der Umsatzentwicklung für das Jahr 2020 stark negativ bewertet. Diese Umsatzeinbußen erklären die Verlustentwicklung der befragten Unternehmen. Trotz dieser negativen Bewertungen für das Jahr 2020, schätzen von den Befragten immerhin **30 Prozent die Geschäftslage für 2021 günstiger** ein als zum Jahr 2020. Damit ist die Anzahl der Optimisten um 16 Prozent gestiegen und folgt wohl dem Motto: Vom Nullpunkt aus kann es nur nach oben gehen. Die Zahl der Pessimisten ist um 2 Prozent auf **33 Prozent** gestiegen. Somit verbessert sich der Negativsaldo auf **-3 Prozentpunkte**.

Bei Betrachtung der Unternehmensgrößen zeigt sich, dass die kleinen Unternehmen etwas optimistischer in die Zukunft blicken (**34 %**). Insgesamt sind die mittelgroßen Unternehmen skeptischer als die anderen (**36 %**).

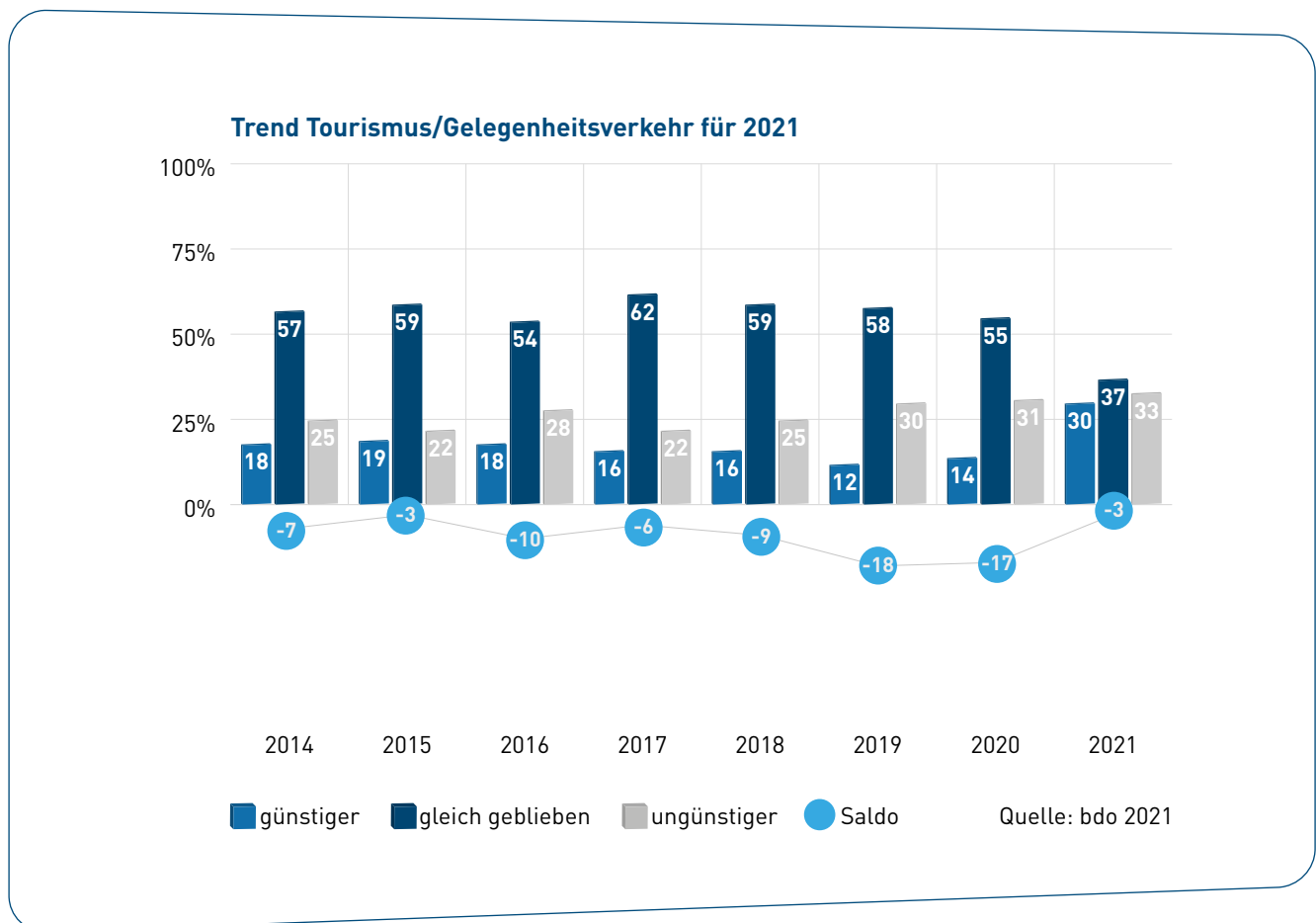


Abb. 17: Prognose 2020 zum Bustourismus

## 2 Öffentlicher Personennahverkehr

An der bdo-Konjunkturumfrage haben überwiegend ÖPNV-Unternehmen teilgenommen, die als Subunternehmer tätig sind (**57%**). Rund **40 Prozent** der Befragten verfügen über eigene Konzessionen. **3 Prozent** führen ihren Betrieb mit einer kommunalen Beteiligung.

### Geschäftslage: Unzufriedenheit ist stark gestiegen

Die Beurteilung der allgemeinen Geschäftslage der Busunternehmen des öffentlichen Personennahverkehrs hat sich zum Vorjahr stark verschlechtert. Der prozentuale Anteil der zufriedeneren Unternehmen ist um 14 Prozentpunkte auf **9 Prozent** gesunken. Zeitgleich ist der Anteil der Unzufriedenen um 37 Prozentpunkte auf insgesamt **65 Prozent** gestiegen. Der Saldo bleibt weiterhin im Minusbereich und liegt somit bei **-56 Prozentpunkten**.

Nur geringe Unterschiede sind zwischen den Unternehmensgrößen zu erkennen. Bei kleinen (bis 5 Busse) und großen Unternehmen (mehr als 20 Busse) ist die **Unzufriedenheit** groß (**K: 68%; G: 70%**). Bei der **Zufriedenheit** mit der Geschäftslage 2020 zeichnen sich kleine Unterschiede ab (**K: 0%; G: 10%**). Die Beurteilung bei mittelgroßen Unternehmen (6 – 20 Busse) ist ähnlich (unzufrieden: **61%**; zufrieden: **10%**).

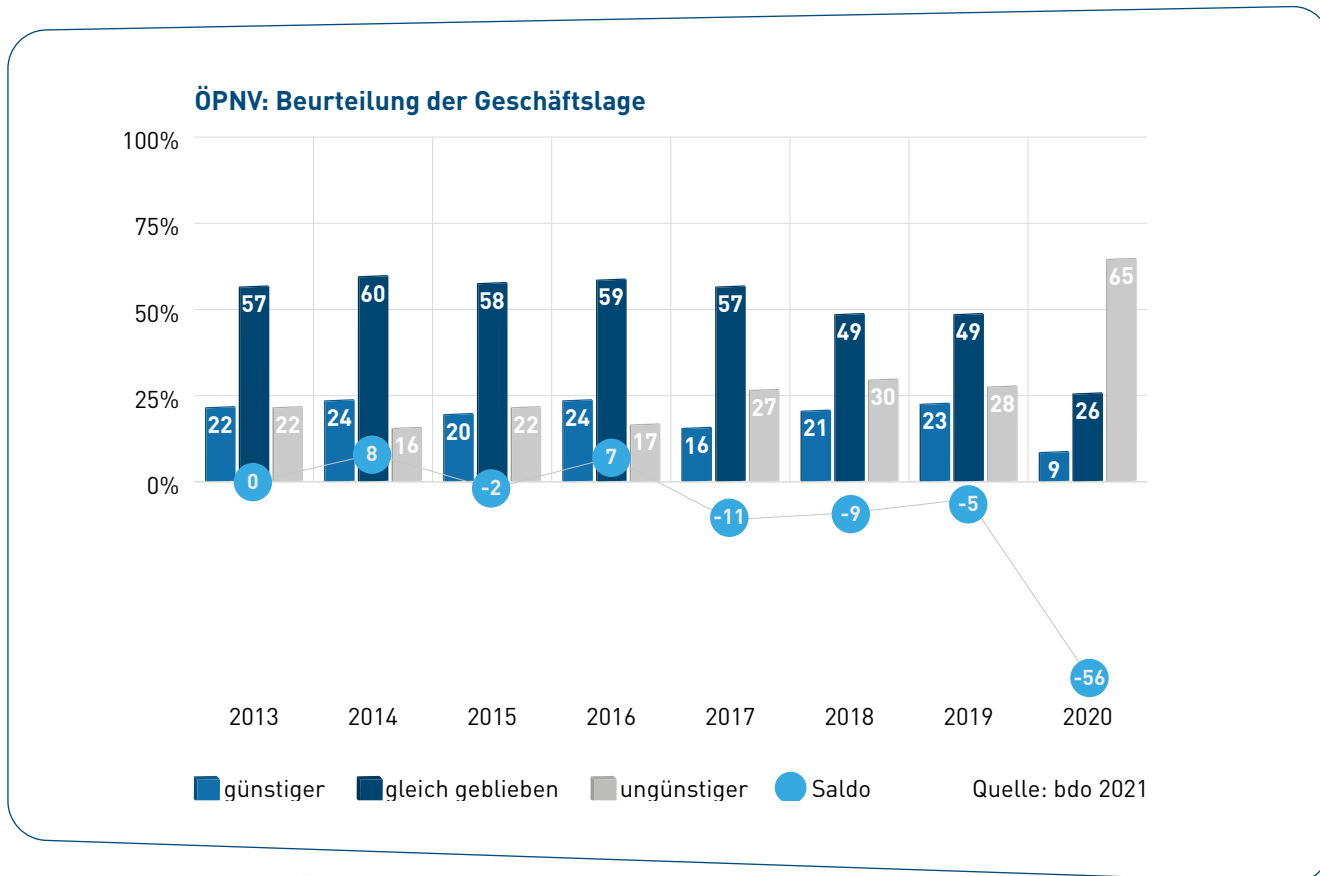


Abb. 18: Geschäftslage des ÖPNV

## Umsatzentwicklung: Umsatzeinbußen Unternehmensgrößen unabhängig

Über die Hälfte der Unternehmen **(64%)** musste Umsatzeinbußen verzeichnen. Nur **11 Prozent** der Befragten beurteilen die Umsatzentwicklung für das Jahr 2020 positiver im Vergleich zum Vorjahr. Ein Viertel der Unternehmen **(25%)** konnte gleichbleibende Umsätze erzielen. Der Saldo liegt dementsprechend bei **-53 Prozentpunkten**.

Der prozentuale Anteil mit einer schlechteren Umsatzentwicklung fällt für kleine, mittelgroße und große Unternehmen fast gleich aus (**K: 63%; M: 59%; G: 71%**). Eine günstigere Umsatzentwicklung zum Vorjahr ist 2020 kaum festzustellen (**K: 0%; M: 14%; G: 10%**). Hierdurch liegt der Saldo bei allen Unternehmensgrößen deutlich im Minusbereich (Saldo Prozentpunkte: **K: -63; M: -45; G: -61**).

Kleine Unternehmen hatten bereits im Vorjahr einen negativen Durchschnitt. In 2020 sind alle Unternehmensgrößen betroffen gewesen.

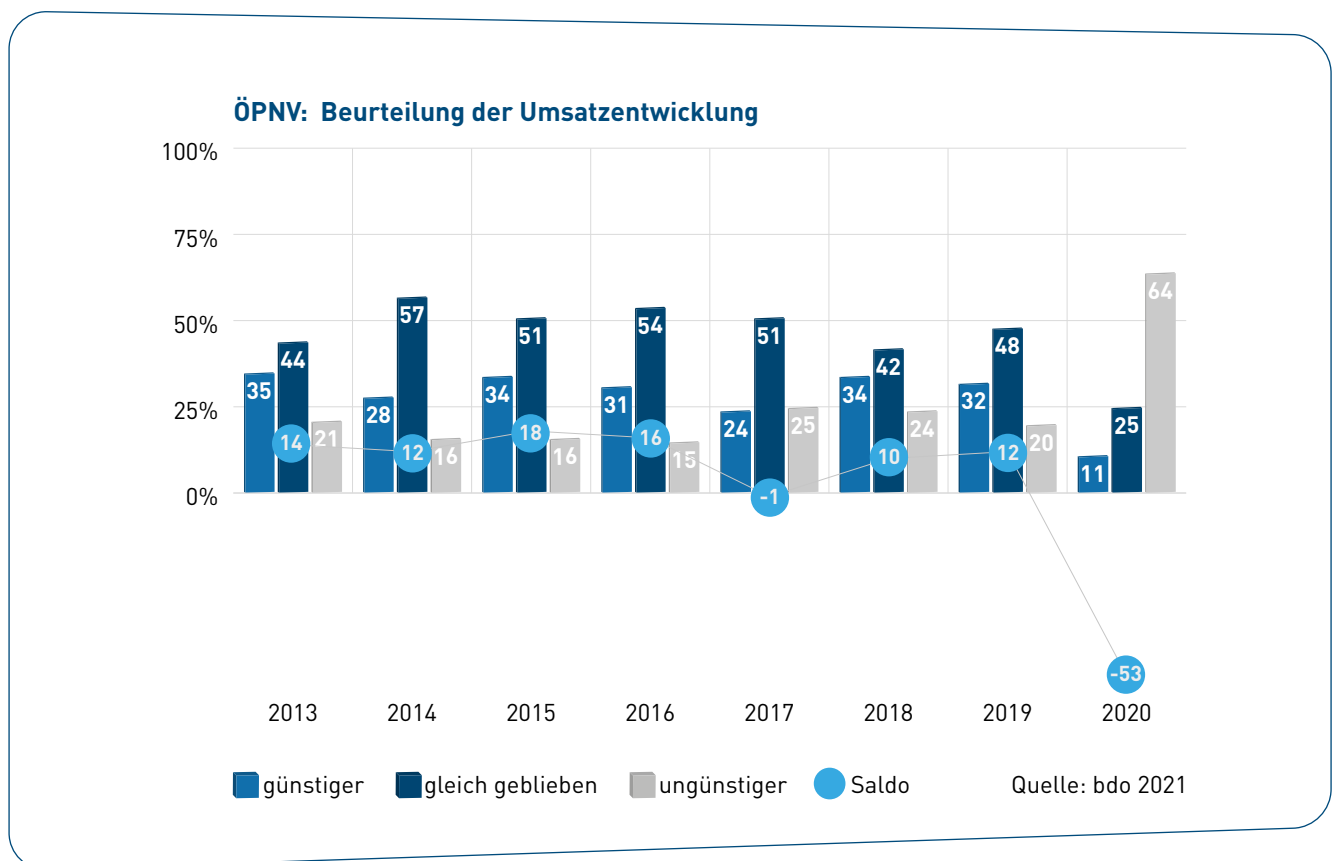


Abb. 19: Umsatzentwicklung des ÖPNV

### Gewinnentwicklung: stark eingebrochen

Aufgrund der starken Umsatzeinbrüche haben zahlreiche Unternehmen Gewinneinbußen hinnehmen müssen. Der größte Anteil der befragten Unternehmen (**66%**) beurteilt die Entwicklung als ungünstiger. Lediglich **9 Prozent** berichten von einer günstigeren Gewinnentwicklung im Vergleich zum Vorjahr. Der Saldo liegt daraus resultierend bei **-57 Prozentpunkten** und bleibt deutlich im zweistelligen Minusbereich.

Sowohl kleine, als auch mittelgroße und große Unternehmen haben eine schlechtere Gewinnentwicklung feststellen müssen (**K: 70%; M: 62%; G: 71%**).

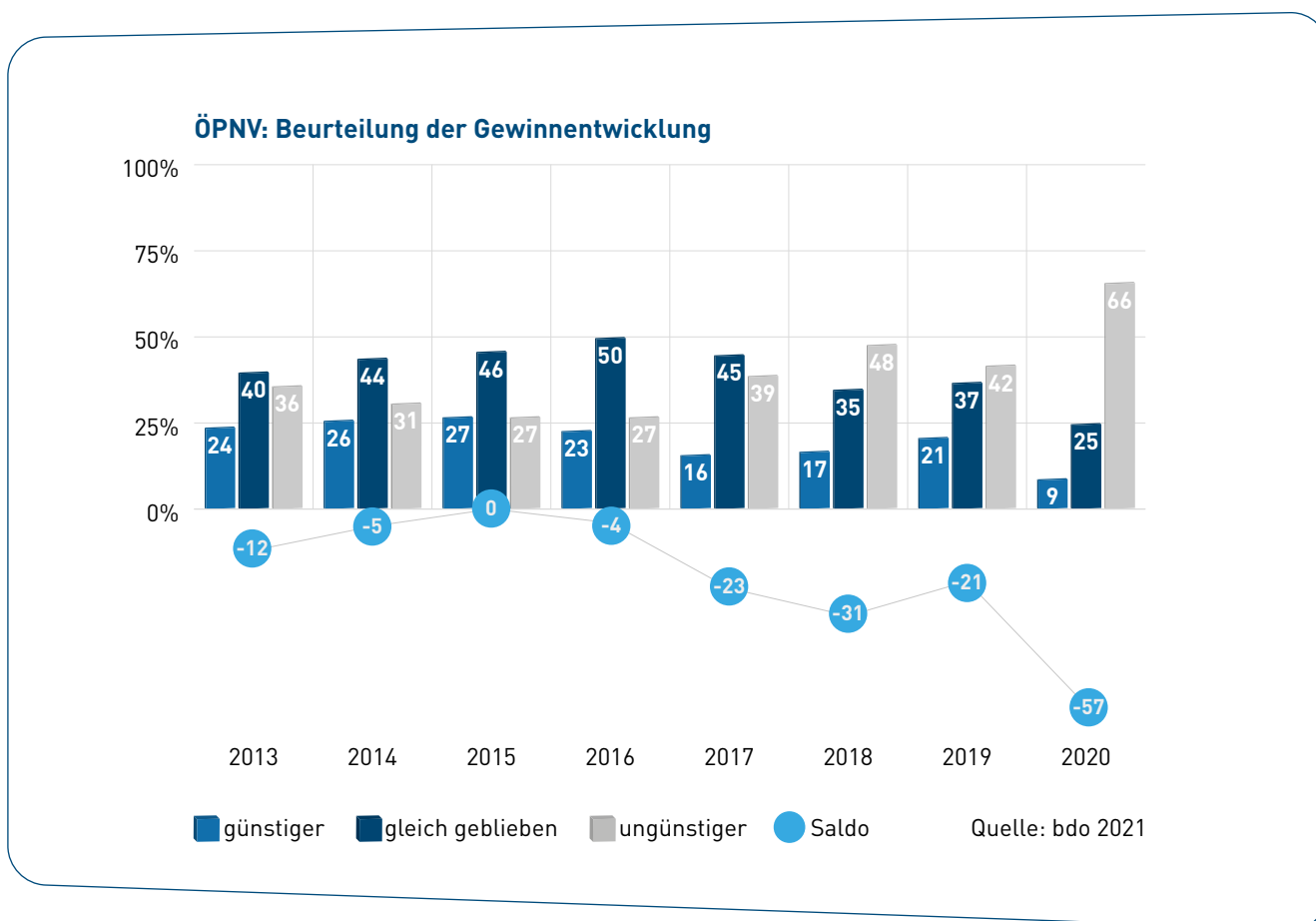


Abb. 20: Gewinnentwicklung des ÖPNV

## Fahrgastzahlen: So gering wie noch nie

Der Anteil an Unternehmen mit niedrigeren Fahrgastzahlen liegt bei **85 Prozent** und erreicht somit den schlechtesten Wert seit der ersten Konjunkturumfrage. Der prozentuale Anteil an Unternehmen, mit besseren oder gleichbleibenden Fahrgastzahlen fällt auf **15 Prozent** und befindet sich auf einem bislang noch nie erreichten Tiefstwert.

Egal welche Unternehmensgröße betrachtet wird, sowohl bei kleinen, als auch mittelgroßen und großen Busunternehmen wurde der Rückgang an Fahrgästen festgestellt (**K: 86 %; M: 80 %; G: 91 %**).

Rund die Hälfte der Unternehmen (**50 %**) gehen davon aus, dass für die **Rückgewinnung der Fahrgäste** nach der Corona-Pandemie, ein deutlicher Angebotsausbau notwendig sein wird. Darauf folgen vergünstigte Fahrkarten mit **22 Prozent** und Einfahr- und Zugangsbeschränkungen für Pkw mit **15 Prozent**.

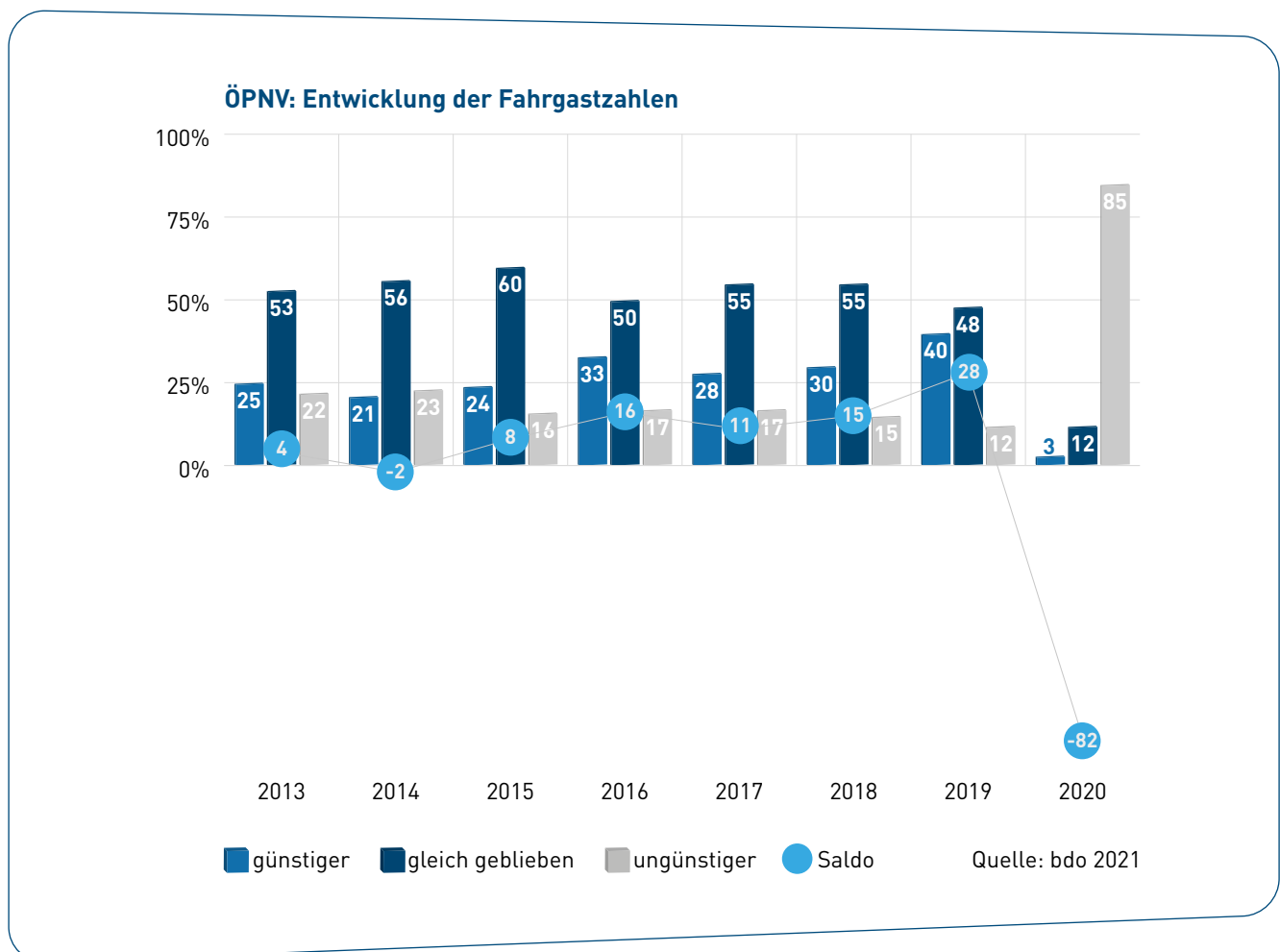


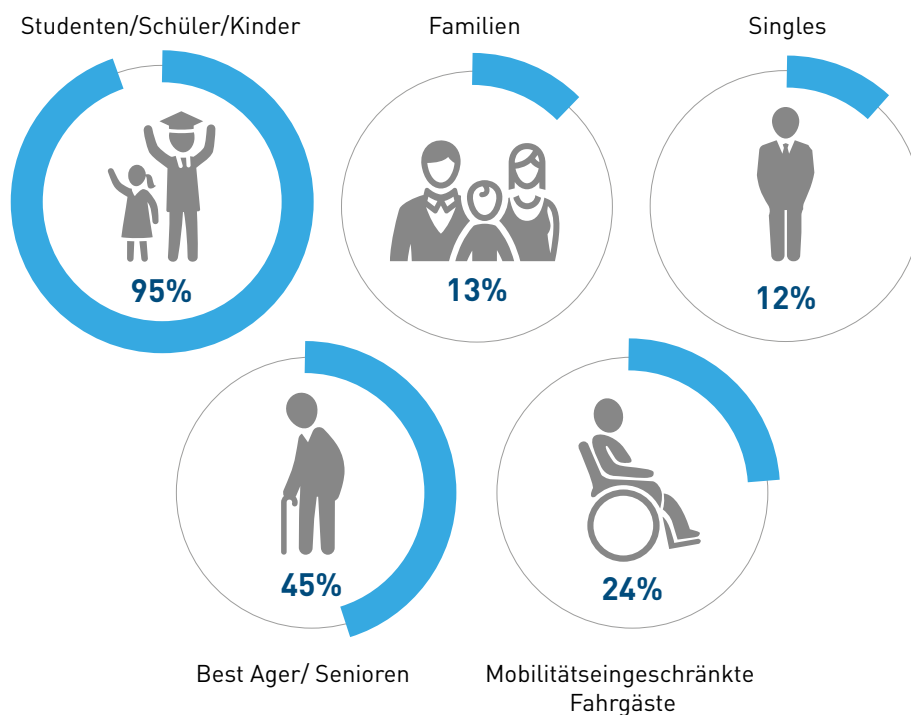
Abb. 21: Fahrgastzahlen des ÖPNV

## Trends im ÖPNV

### Aktuelle Hauptzielgruppen

Wie im Vorjahr sind im ÖPNV-Segment **Studentinnen und Studenten sowie Schülerinnen und Schüler bzw. Kinder** die Hauptzielgruppe. Rund **95 Prozent** aller befragten Unternehmen benennen diese Gruppe als ihre wichtigsten Kunden. Die zweithäufigste Gruppe sind die **Best Ager** beziehungsweise Seniorinnen und Senioren, die von rund **45 Prozent** der Busunternehmen benannt werden (um 7% im Vergleich zum Vorjahr gesunken). Anschließend folgen **mobilitätseingeschränkte Fahrgäste (24%), Singles (12%) und Familien (13%)**.

### Hauptzielgruppe/n im Bereich öffentlicher Personennahverkehr



Quelle: bdo 2021

Abb. 22: Hauptzielgruppen ÖPNV

### Zielgruppen mit Potenzial

Für die Zukunft glauben rund **53 Prozent** der Busunternehmen, dass **Studentinnen und Studenten sowie Schülerinnen und Schüler bzw. Kinder** noch stärker als Zielgruppe in den Fokus geraten werden. Rund die Hälfte (**57 %**) aller Teilnehmenden glaubt, dass auch **Best Ager** beziehungsweise Senioren zukünftig noch stärker den ÖPNV in Anspruch nehmen könnten. Als zukünftig interessante Zielgruppe werden **Familien** von rund **34 Prozent** (minus 2 Prozentpunkte zum Vorjahr) der befragten Unternehmen und **Mobilitätseingeschränkte** von rund **34 Prozent** (Anstieg um 3 Prozentpunkte zum Vorjahr) genannt.

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

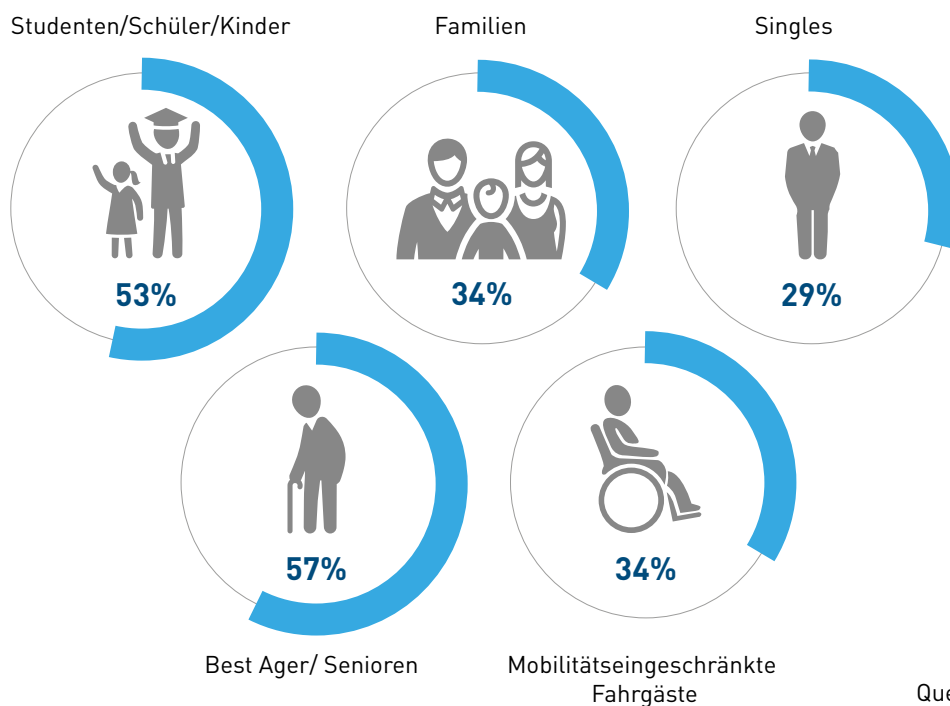


Abb. 23: Zielgruppen mit Potenzial im ÖPNV

### Zukunftstrends im öffentlichen Personennahverkehr

Die Mehrheit (**45%**) der Unternehmen im ÖPNV geht zukünftig von einem Trend zu mehr **europaweiten Ausschreibungswettbewerben** aus.

Rund **42 Prozent** prognostizieren eine Zunahme der **Kommunalisierung durch Direktvergaben**. Lediglich **13 Prozent** glauben, dass zukünftig der **Vorrang der Eigenwirtschaftlichkeit** mehr Berücksichtigung findet. Im Allgemeinen werden diese Zukunftstrends mit **62 Prozent** als negativ bewertet.

Die **aktuelle finanzielle Förderung moderner Fahrzeugflotten, die zum Erreichen der (Klima-)Ziele der Bundesregierung beitragen soll**, wird von **54 Prozent** als **nicht ausreichend mittelstandsfreundlich bewertet**. **28 Prozent** empfinden die Förderung als **unzureichend**. Lediglich **4 Prozent** der Unternehmen sind mit der aktuellen Förderung **vollkommen zufrieden**.

**Nachhaltigkeit** ist immer noch von großer Bedeutung, **44 Prozent (2018: 40%; 2019: 44%)** der Unternehmen setzen das Thema Nachhaltigkeit bereits durch umweltschonende Programmplanung um. Die **Digitalisierung** wird von **38 Prozent** der Unternehmen des ÖPNV-Segments als Chance für das eigene Geschäft gesehen, der Wert steigt um **14 Prozent** zum Vorjahr an (**2018: 22%; 2019: 24%**).

Das Interesse an **alternativen Antriebsformen** wächst allmählich. Mittlerweile sehen **29 Prozent (2018: 20%; 2019: 25%)** der Unternehmen eine Chance in diesen Alternativen für ihr eigenes Geschäft.

Dennoch sind sich die Unternehmen einig, dass die **Voraussetzung alternative Antriebe wirtschaftlich zu betreiben derzeit noch nicht existieren (84%)**. Damit alternative Antriebe Realität werden, bedarf es laut der befragten Unternehmen einer **besseren Förderung bei der Busanschaffung und beim Aufbau der Infrastruktur (75%)**. Es fehle noch immer an **passenden Fahrzeugen am Markt (55%)**, die **Bereitstellung erforderlicher Energiemengen durch Energieversorger vor Ort kann ebenfalls bislang nicht gewährleistet werden (45%)**. Die Unternehmen fordern auch **mehr Unterstützung durch Aufgabenträger (42%)**. Rund **92 Prozent** glauben nicht daran, dass **Dieselfahrzeuge in den kommenden fünf Jahren im Betrieb vollständig und gleichwertig ersetzt** werden können.



## Herausforderungen im öffentlichen Personennahverkehr

In allen Bereichen der Busbranche ist ein **Fahrermangel** zu verzeichnen. Rund **42 Prozent** der Unternehmen im ÖPNV beklagen sich über fehlendes Fahrpersonal. Der Bedarf ist so hoch, dass insgesamt **61 Prozent (2018: 63%; 2019: 66%)** aufgrund der Situation teilweise bestimmte **Fahrten nicht mehr anbieten können**. Insgesamt geben rund **40 Prozent** der Unternehmen an, dass **in den letzten 12 Monaten der Fahrermangel sich in Ihrem Unternehmen noch weiter zugespitzt** hat.

Etwa **73 Prozent** gehen von negativen Folgen für das eigene Geschäft aus, sollte die **Busmaut** eingeführt werden.

Die **Umweltanforderungen an Busse** bereiten mehr als der Hälfte der Unternehmen (**60%**) derzeit Sorgen. Rund **54 Prozent** befürchten eine höhere **Dieselsteuer**, die ihr Geschäft beeinträchtigen könnte. **Dieselfahrverbote** werden von den meisten Unternehmen (**40%**) als eine zukünftig große Herausforderung betrachtet.

2021 wird zudem ein **CO2-Preis auf Benzin und Diesel** eingeführt. **48 Prozent** der Unternehmen geben an, dass der CO2-Preis zu erheblich steigenden Kosten und damit verbunden, zu **sinkender Wettbewerbsfähigkeit** führt. **17 Prozent** gehen davon aus, dass die steigenden Kosten zu **weniger Fahrgästen** führen.

Rund **54 Prozent** der Unternehmen sind der Ansicht, dass der **Vorrang der Eigenwirtschaftlichkeit, wie er im PBefG klar formuliert ist, in den Kommunen** nicht ausreichend berücksichtigt wird.

**49 Prozent** aller Unternehmen sieht ebenfalls die bestehenden **gesetzlichen Rahmenbedingungen** als eine Hürde, die es zu bewältigen gilt. Große Bedenken äußern die Unternehmen auch bei den derzeitigen **Sozialvorschriften (32%)**. Auch im ÖPNV sorgen sich

die Unternehmen um den zunehmenden Aufwand bezüglich der **Mindestlohngesetze und Entsendevorschriften** im Ausland (**26%**), die speziell die Verkehre in Grenzregionen betreffen.

Der steigende **administrative Aufwand** wird zu einem immer größer werdenden Problem. **61 Prozent** bewerten ihn sehr kritisch.

Die seit 2018 geltende **Datenschutzgrundverordnung** bereitet **23 Prozent** der Unternehmen 2020 noch große Probleme (2019: 40%). Weitere Herausforderungen für die Unternehmen sind: **steigende Energiepreise (2020: 63%; 2019: 67%)**, **der Wegfall der Fahrzeugförderung (2020: 43%; 2019: 37%)** oder die Entwicklung und die Vorgaben bei **Umweltzonen (2020: 26%; 2019: 36%)**.

**Durch Konkurrenzanbieter verdrängt** zu werden bereitet rund **32 Prozent** der Unternehmen Sorgen. Eine **Konkurrenz durch Anbieter neuer digitaler Mobilitätsdienstleistungen** befürchten rund **20 Prozent**.

Der **demografische Wandel** macht sich im ÖPNV bemerkbar. **22 Prozent** sehen diese Entwicklung kritisch für das zukünftige Geschäft.

### Prognose: pessimistische Aussicht

Sinkende Fahrgastzahlen und Umsätze haben Unternehmen im Jahr 2020 in Not gebracht. Alle Unternehmensgrößen waren von der negativen Gewinnentwicklung betroffen. Unternehmen aus dem ÖPNV gehen davon aus, dass die **wirtschaftlichen Folgen** sie noch **6 bis 36 Monate negativ beeinflussen** (Zwischen 6 und 12 Monate: 36 %; Zwischen 12 und 36 Monate: 40 %).

Nur **17 Prozent** der Unternehmen gehen davon aus, **innerhalb der nächsten 12 Monate**, 80 bis 100 Prozent des Vorkrisengeschäfts zu erreichen. Rund **43 Prozent** glauben an 60 bis 80 Prozent und **21 Prozent** gehen von 40 bis 60 Prozent aus. **11 Prozent** von 20 bis 40 Prozent und die restlichen **8 Prozent** von nur 0 bis 20 Prozent des Vorkrisengeschäfts.

Mit Blick auf die **nächsten 24 Monate**, glauben **30 Prozent** an 80 bis 100 Prozent und **42 Prozent** an 60 bis 80 Prozent des Vorkrisengeschäfts. Gut **17 Prozent** gehen nur von 40 bis 60 Prozent und **7 Prozent** von 20 bis 40 Prozent aus. **4 Prozent** rechnen mit nur 0 bis 20 Prozent.

**16 Prozent** der Befragten gehen von einer Verbesserung der Geschäftslage für 2021 aus. **38 Prozent** blicken hingegen kritisch in die Zukunft. Sie vermuten eine Verschlechterung der Geschäftsentwicklung zum Vorjahr. Die grundsätzlich pessimistisch ausfallende Vorausschau dieses Bussegments erreicht einen Saldo von **-22 Prozentpunkten**. Die Einschätzung ist somit schlechter, als im Vorjahr.

Kleine Unternehmen blicken besonders skeptisch auf das laufende Geschäftsjahr. Nur **9 Prozent** gehen von einer günstigeren Geschäftslage im Vergleich zu 2020 aus. Bei den mittleren und großen Unternehmen sind es **17 Prozent**. Rund **45 Prozent** aller ÖPNV Unternehmen erwartet für 2021 eine gleichbleibende Entwicklung.

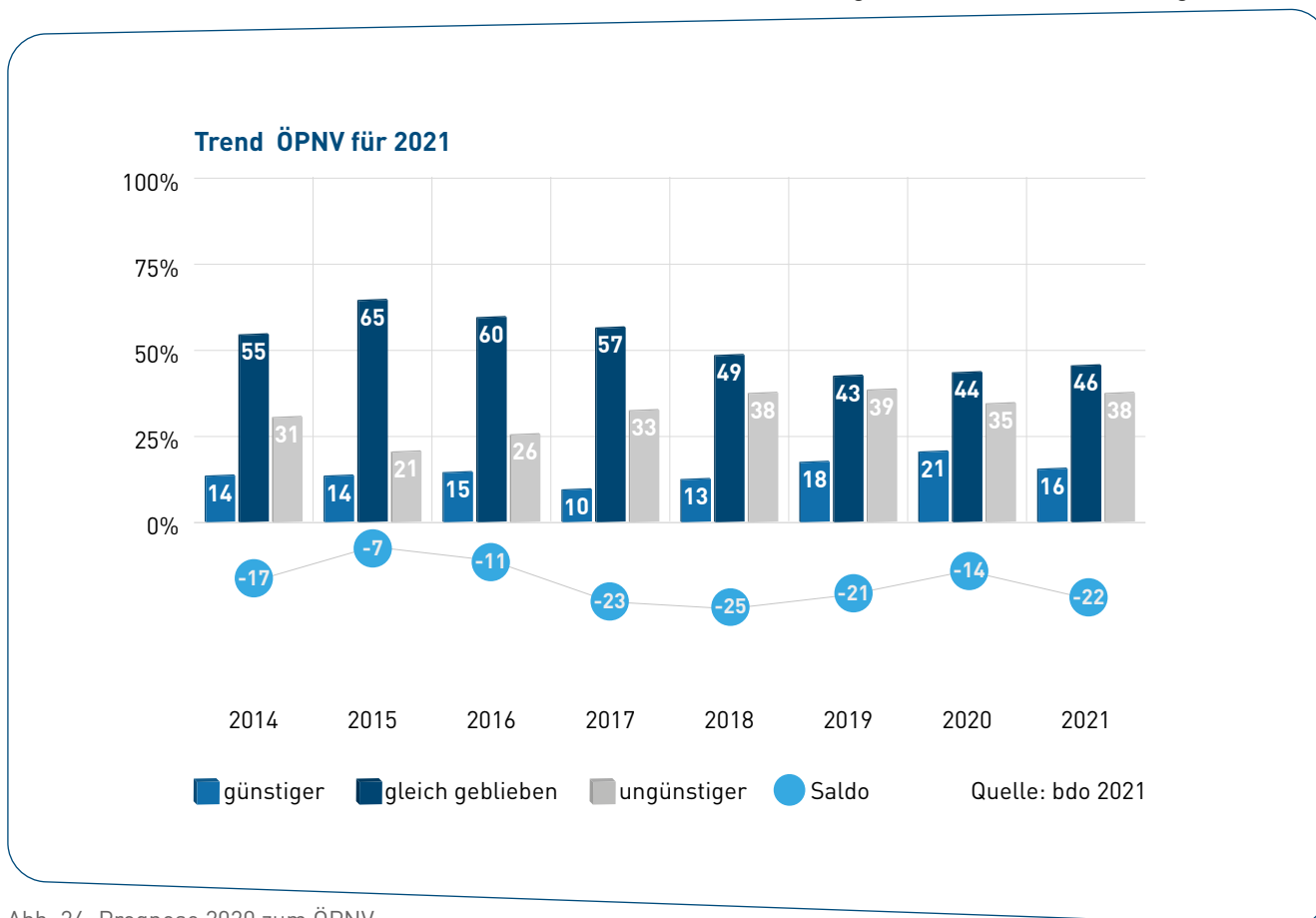


Abb. 24: Prognose 2020 zum ÖPNV

### 3 Fernlinienverkehr

Die an der bdo-Konjunkturumfrage teilnehmenden Unternehmen aus dem Fernlinienverkehr setzen sich wie folgt zusammen: 86 Prozent Subunternehmer und 14 Prozent Konzessionsinhaber. An der bdo-Konjunkturumfrage haben Unternehmen aller Größen teilgenommen, sowohl kleine (1-5 Busse), als auch mittelgroße (6-20 Busse) und große (über 20 Busse).

#### Geschäftslage: Stimmung katastrophal

Im achten Jahr des Bestehens des Fernbusmarktes beurteilen insgesamt **93 Prozent** der Unternehmen die Geschäftslage des Jahres 2020 im Vergleich zum vorherigen Geschäftsjahr als ungünstiger. Ein Anstieg um **60 Prozentpunkte** im Vergleich zum Vorjahr. Nach einer Stimmungsaufhellung in 2019 beurteilte kein Busunternehmen in diesem Segment die Geschäftslage 2020 günstiger als im Vorjahr. Lediglich **7 Prozent** der Unternehmen schätzten die Geschäftslage als gleich ein.

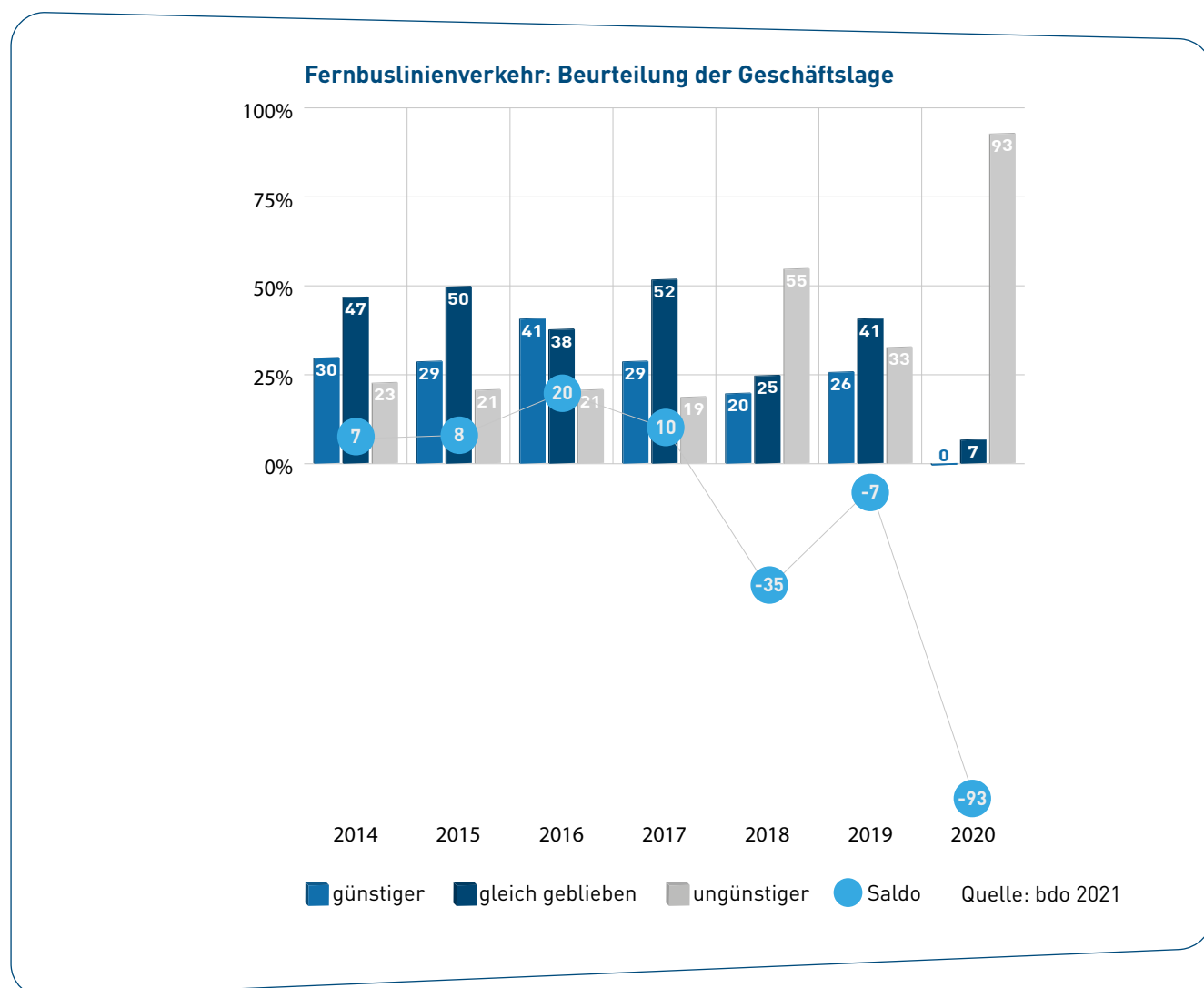


Abb. 25: Geschäftslage des Fernlinienverkehrs

### Umsatzentwicklung: tief im Minus

Die Umsatzentwicklung 2020 bewerteten die Unternehmen mit überwältigender Mehrheit als negativ. **93 Prozent** der Teilnehmenden gaben an, dass die Umsatzentwicklung ungünstiger war als in 2019. Nur **7 Prozent** schätzten sie als gleichgeblieben ein. Kein Unternehmen konnte eine positive Entwicklung verzeichnen.

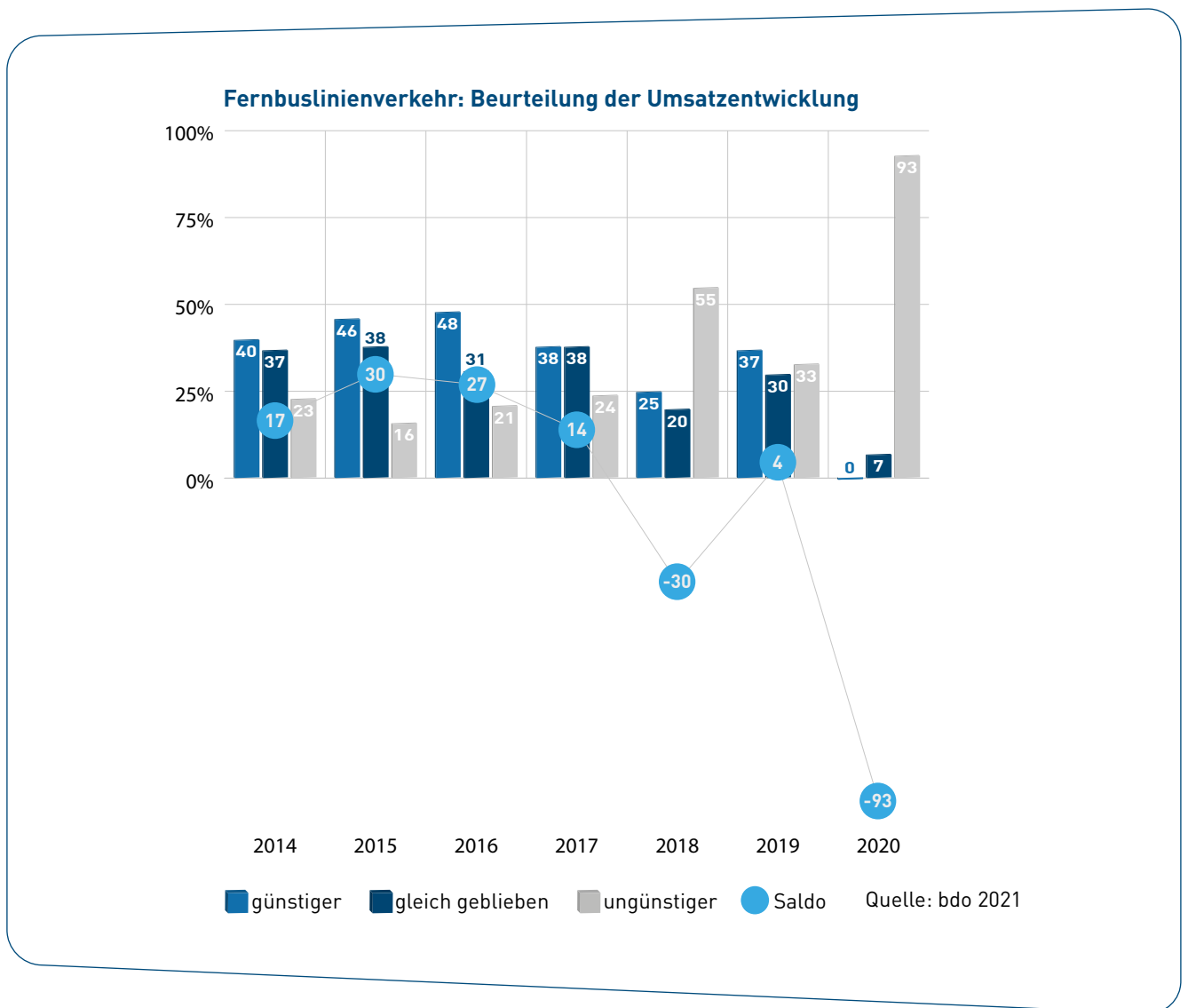


Abb. 26: Umsatzentwicklung des Fernlinienverkehrs

## Gewinnentwicklung: schlechter als die Umsatzentwicklung

Die Gewinnentwicklung wird von den Unternehmen sogar noch negativer als die Umsatzentwicklung eingeschätzt. **97 Prozent** der Unternehmen gaben an, dass diese Kennzahl sich ungünstiger als im Vorjahr entwickelt hat. Lediglich **3 Prozent** werteten sie als gleichgeblieben.

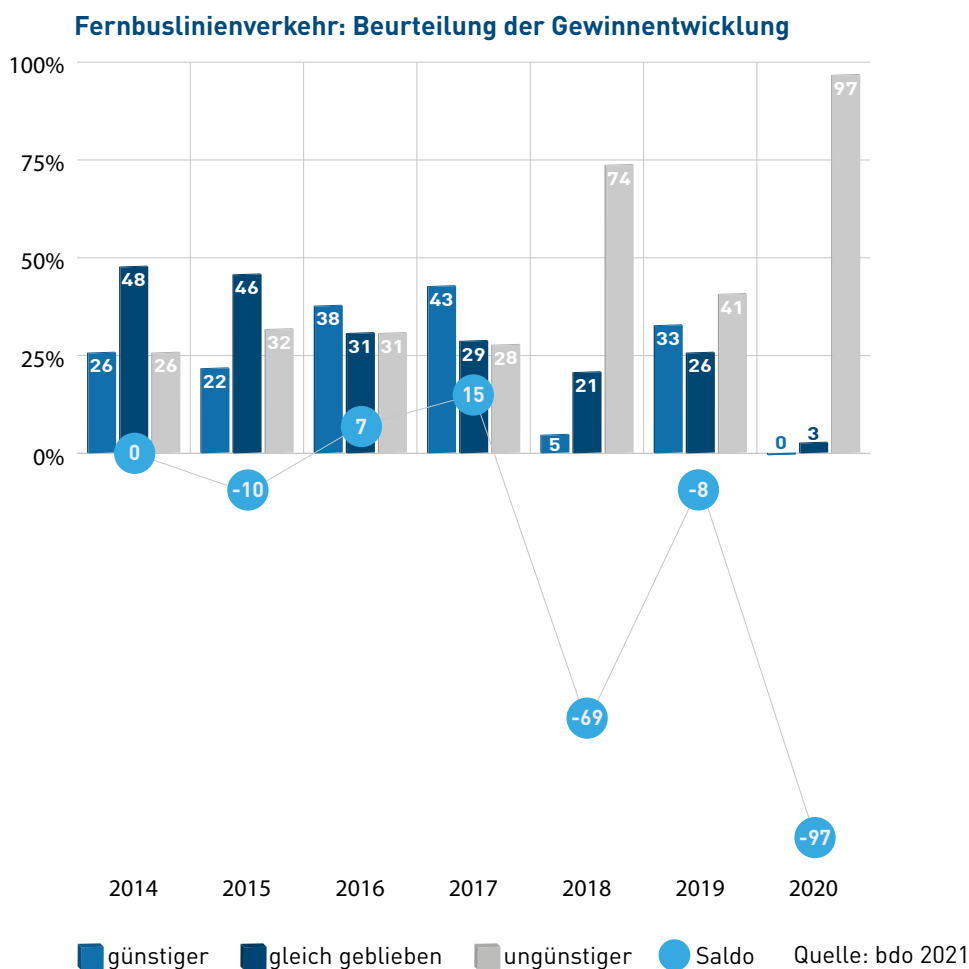


Abb. 27: Gewinnentwicklung des Fernlinienverkehrs

### Fahrgastentwicklung: vergleichsweise positiv – auf niedrigstem Niveau

Einzig die Entwicklung der Fahrgastzahlen wird von wenigen Unternehmen als positiv bewertet. **7 Prozent** gaben an, dass sich die Zahl der Fahrgäste gegenüber dem vorigen Jahr günstiger entwickelt hat. **90 Prozent** bewerteten die Entwicklung als ungünstiger und **3 Prozent** als gleich.

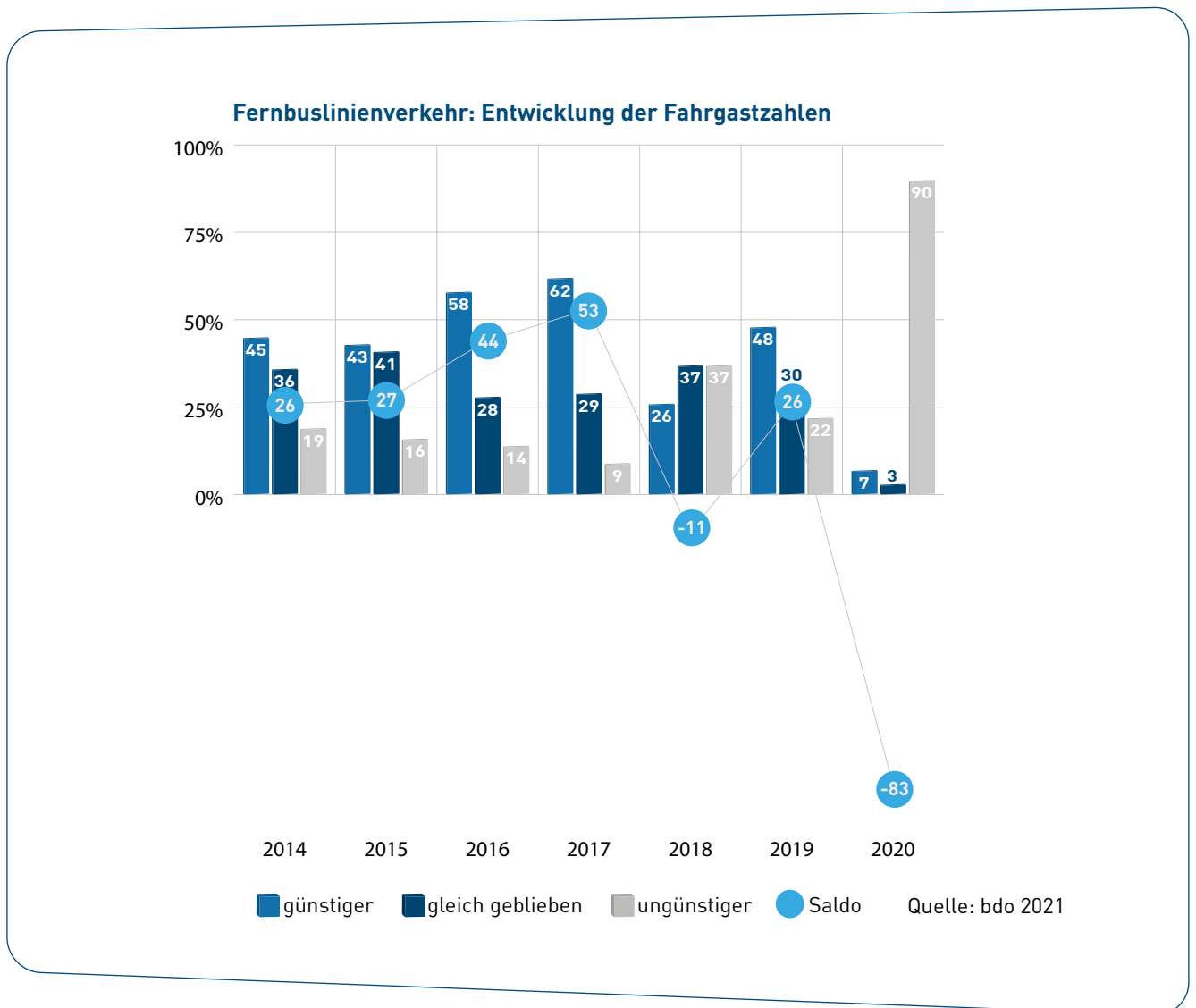


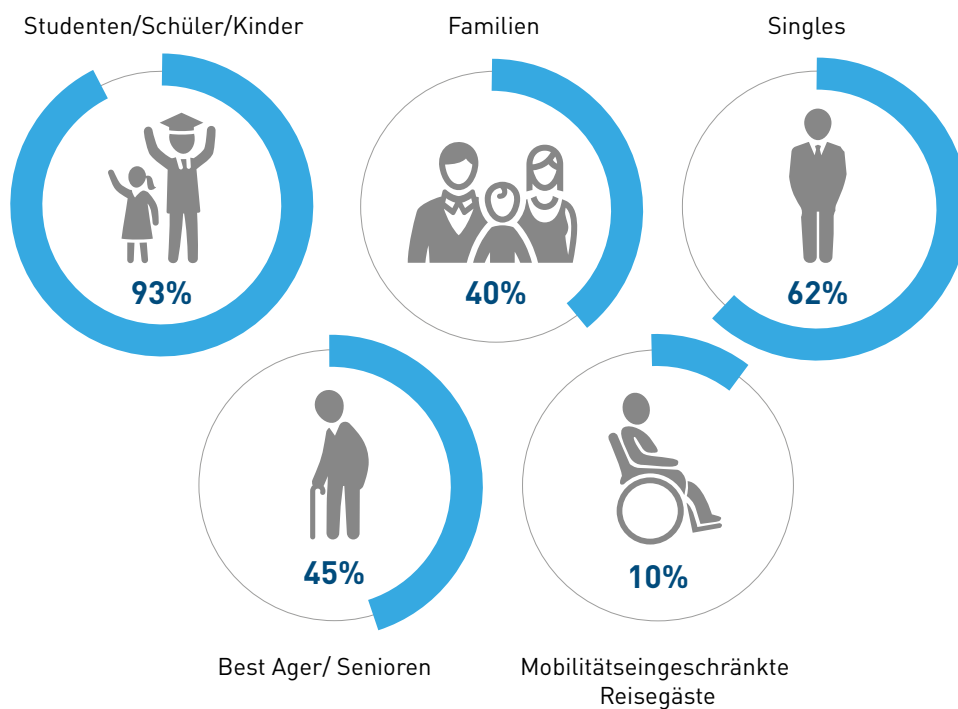
Abb. 28: Fahrgastzahlen des Fernlinienverkehrs

## Trends im Fernlinienverkehr

### Aktuelle Hauptzielgruppen

Im Fernlinienverkehr bleiben **Studentinnen und Studenten, Schülerinnen und Schuler sowie Kinder** konstant die wichtigste Hauptzielgruppe. Rund **93 Prozent** der befragten Unternehmen benannten diese Gruppe zu ihrer Hauptzielgruppe beziehungsweise zu einer ihrer Hauptzielgruppen. Im Vorjahresvergleich wird diese Gruppe damit um **11 Prozentpunkte** wichtiger eingeschätzt. An zweiter Stelle liegen die **Singles mit 62 Prozent (Vorjahr 61 %)**. An dritter Stelle liegen die **Best Ager bzw. Seniorinnen und Senioren mit 45 Prozent**. Damit sank die Bedeutung dieser Gruppe im Vergleich zum Vorjahr um **16 Prozentpunkte**. Dafür **nahm die Relevanz von Familien als Zielgruppe zu 40 Prozent** der Unternehmen stellt fest, **dass Familien zu den wichtigsten Kundengruppen zählen**. Im Vorjahr waren es lediglich **25 Prozent**. **Mobilitätseingeschränkte Fahrgäste gehören bei 10 Prozent** der befragten Busunternehmen zu den Hauptzielgruppen (2019 noch 4 %).

### Hauptzielgruppe/n im Bereich Fernlinienverkehr



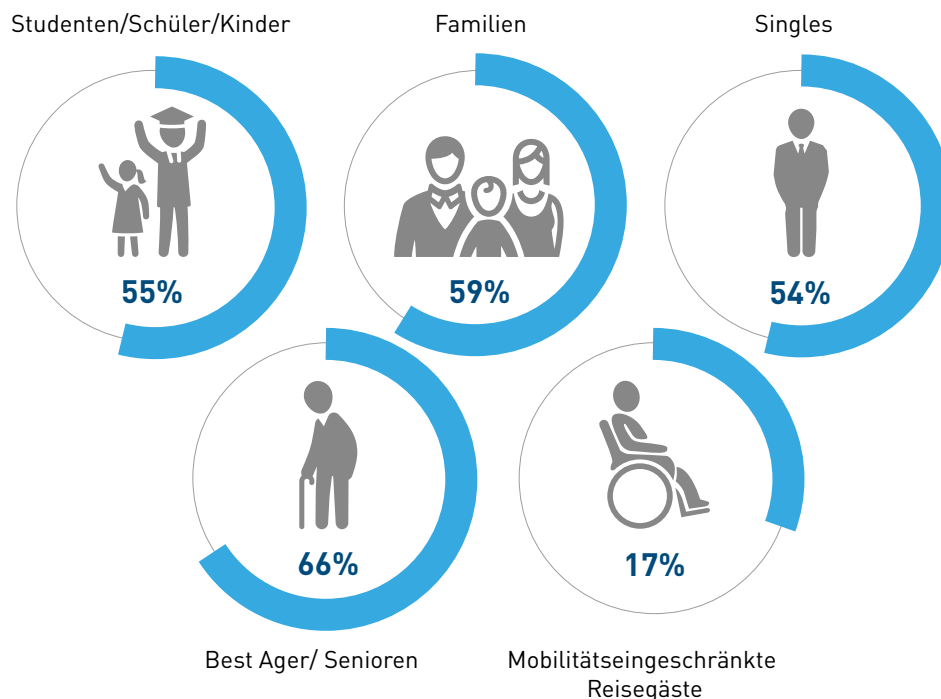
Quelle: bdo 2021

Abb. 29: Hauptzielgruppen Fernlinienverkehr

### Zielgruppen mit Potenzial

Die im Fernlinienverkehr tätigen Unternehmen gehen wieder davon aus, dass bei **Best Agern/Senioren** das größte Potenzial liegt. **66 Prozent** schätzten diese Gruppe als bedeutsamste Zielgruppe für die Zukunft ein. 2019 lag der Wert jedoch noch bei 79 Prozent. **Auf dem zweiten Platzt liegt die Gruppe der Familien. 59 Prozent** der Teilnehmenden schreiben Familien das zweitgrößte Potenzial als Fernbusreisende zu. **Damit steigt die prognostizierte Bedeutung dieser Gruppe erheblich.** Im Vorjahr lag der Wert bei lediglich 36 Prozent. **Für 55 Prozent der Unternehmen ist bei Studenten, Schülern und Kindern sowie Singles Potenzial.** Der Wert bleibt für Studentinnen und Studenten, Schülerinnen und Schuler sowie Kinder nahezu gleich (Vorjahr 54 %) und steigt bei Singles um 12 Prozentpunkte an. Bei **mobilitätseingeschränkten Reisenden (17%)** sehen die Unternehmen zukünftig hingegen deutlich höheres Potenzial, als im Jahr zuvor (4 %).

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



Quelle: bdo 2021

Abb. 30: Zielgruppen mit Potenzial im Fernlinienverkehr



### Zukunftstrends im Fernlinienverkehr

**28 Prozent** gehen davon aus, dass das Fernbussegment mit **sinkenden Fahrgastzahlen** rechnen muss. **21 Prozent** sind hingegen vom Gegenteil überzeugt und glauben, dass die **Fahrgastzahlen zukünftig noch steigen werden**. In der vergangenen Konjunkturumfrage waren die Busunternehmen noch vom gegenteiligen Trend überzeugt (**2019: sinkende Fahrgastzahlen 11%; steigende Fahrgastzahlen 18%**).

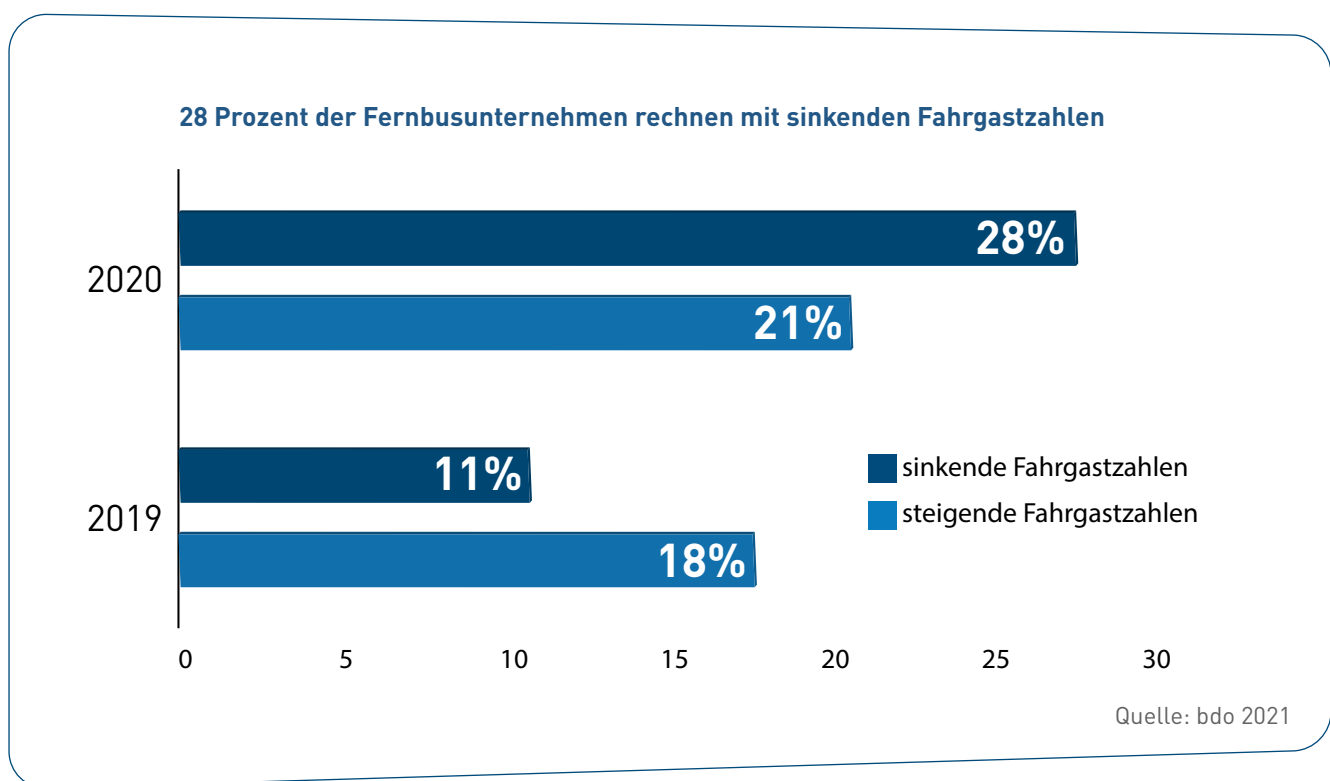


Abb. 31: Zielgruppen mit Potenzial im Fernlinienverkehr

**45 Prozent der Unternehmen gehen von einer weiteren Marktkonzentration aus.** Die Mehrheit der Befragten geht von einem zukünftig **wachsenden Preiskampf aus (59%)**. Dieser Wert liegt um 9 Prozentpunkte unter dem von 2019 (50%).

Rund **48 Prozent** der befragten Unternehmen glauben, dass zukünftig **die europaweite Streckenverknüpfung** immer stärker zunimmt. 2019 waren es lediglich 36 Prozent.

Während **35 Prozent** der Befragten angeben, dass sie verstärkt von einer **Konzentration auf Städteverbindungen** ausgehen, sind **24 Prozent davon überzeugt, dass die Erschließung ländlicher Räume zunehmen wird**. Mehr **zenturnahe Verbindungen** sehen lediglich **14 Prozent**.

### Herausforderungen im Fernlinienverkehr

Grundsätzlich wünschen sich die Unternehmen, dass die Politik endlich anerkennt, welche Bedeutung der Bus für das Gelingen der Verkehrswende hat. **54 Prozent** 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. **30 Prozent plädieren für eine Senkung der Mehrwertsteuer** und **15 Prozent** 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.

Die Auswirkungen des neu eingeführten **CO2-Preises** werden von den im Fernbus-Segment tätigen Unternehmen **überwiegend (79%) als negativ** für das eigene Geschäft bewertet. **50 Prozent der Befragten Unternehmen gehen von schwerwiegenden negativen Folgen aus:** Der CO2-Preis führt zu erheblich

steigenden Kosten und damit verbunden zu sinkender Wettbewerbsfähigkeit. **29 Prozent erwarten immerhin noch deutliche negative Folgen:** steigende Kosten und dadurch sinkende Fahrgastzahlen. **Lediglich 7 Prozent der Unternehmen denken, dass der CO2-Preis keine Auswirkungen haben wird,** da die Kosten im Rahmen der normalen Preisschwankungen beim Diesel-Preis liegen. **14 Prozent gehen davon aus, dass die Gewinnmarge zwar sinken wird, aber keine Fahrgäste verloren gehen werden.**

Auch im Bereich der **Antriebswende** sehen die befragten Fernbusunternehmen erheblichen **Nachholbedarf (90%)**. **38 Prozent** sind der Meinung, dass die **bestehenden Förderinstrumente für Busse mit alternativen Antrieben nicht ausreichen** würden, um die Klimaziele zu erreichen. **52 Prozent** der befragten Unternehmen bemängeln, dass die Förderung **nicht ausreichend Mittelstandsfreundlich** ausgestaltet sei.

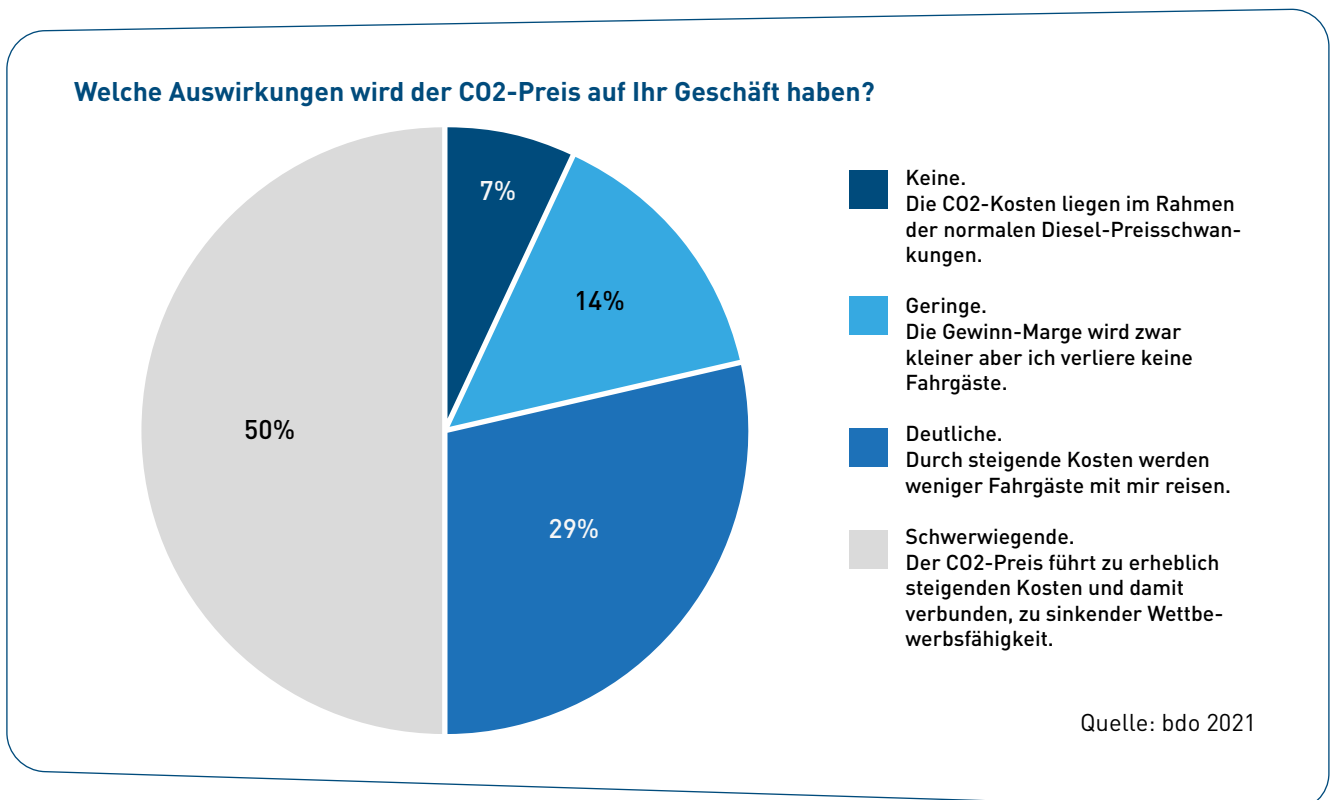


Abb. 32: Prognose 2019 zum Fernlinienverkehr

## Prognose: skeptisch bis pessimistisch

**45 Prozent** der Befragten Unternehmen sind der Überzeugung, dass sich ihre **allgemeine Geschäftslage 2021 nicht wesentlich verbessern wird und das Umfeld schwierig bleibt**. **31 Prozent** der Fernbusunternehmen prognostizieren sogar, **dass die allgemeine Geschäftslage 2021 ungünstiger sein wird** als im Vorjahr. Lediglich eine **Minderheit** der Unternehmen wagt die **Prognose, dass 2021 besser wird als 2020 (24%)**.

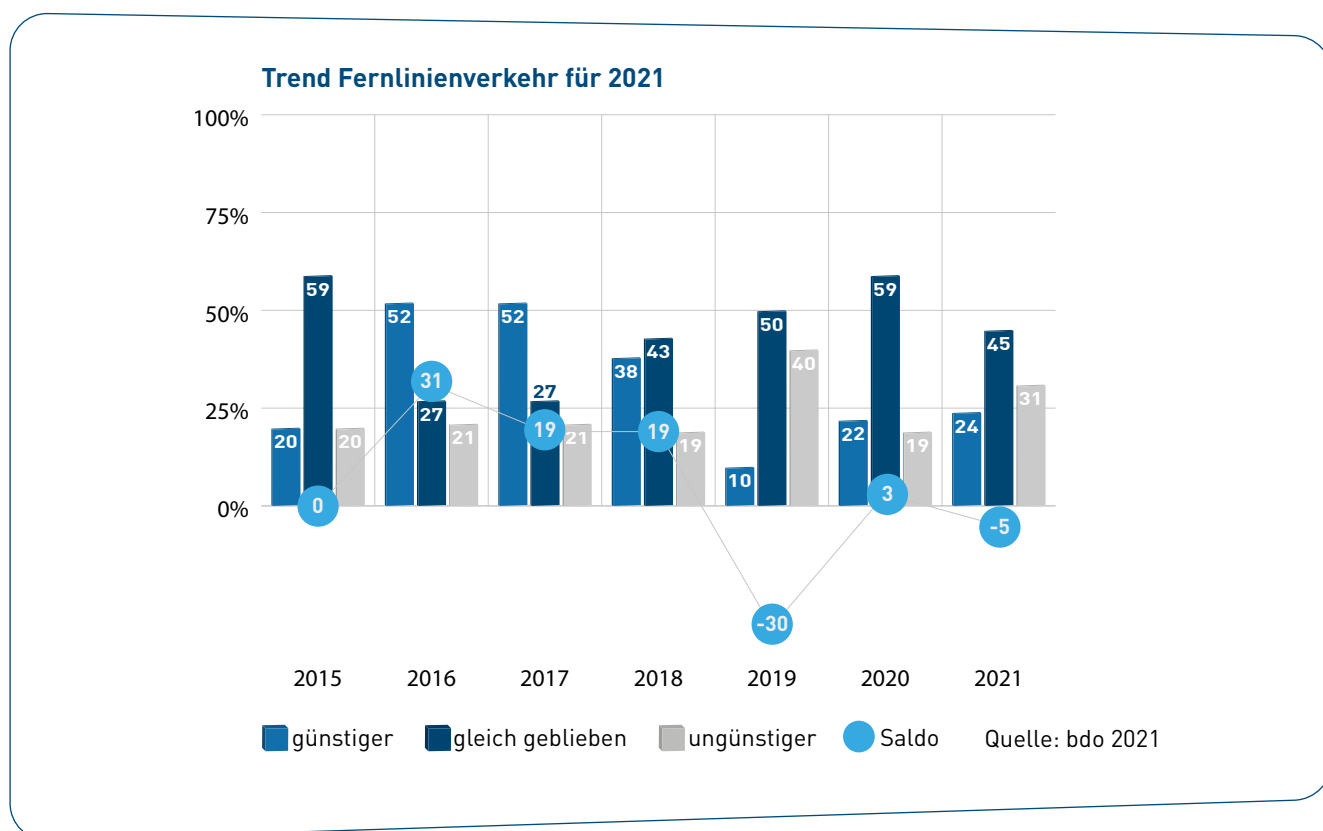


Abb. 33: Prognose 2019 zum Fernlinienverkehr

Herausgeber:

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

Technische Auswertung

IFH Köln GmbH, [www.ifhkoeln.de](http://www.ifhkoeln.de)

Redaktion, Layout & Gestaltung:

Laura Dervedde  
Kai Neumann  
Melina Strohkirch  
Christian Wahl

in Zusammenarbeit mit

Kompagnon communications  
[www.kompagnon.eu](http://www.kompagnon.eu)