

ARBEITSPLÄTZE, WACHSTUM, ZUFRIEDENE KUNDEN:

## **DER BUSTOURISMUS KANN NOCH MEHR.**

WENN DIE RAHMENBEDINGUNGEN ERST EINMAL STIMMEN.

**Endlich Aufbruchstimmung:  
Die nationale Tourismusstrategie  
kommt.**  
Seite 6 & 7

**Staatssekretär im Interview:  
Thomas Bareiß über die  
Regierungspläne.**  
Seite 8 & 9

**Senkung der Mehrwertsteuer:  
Der Bus darf nicht benachteiligt  
werden.**  
Seite 10 & 11

# INHALT

## EDITORIAL.

Einander verstehen und kennenlernen: Dank Tourismus ist das möglich.

**SEITE 3**

## ZAHLEN, DATEN & FAKTEN.

Der Bus: Die beste Wahl für Fahrgäste, Wirtschaft und Umwelt.

**SEITE 4 & 5**

## SCHWERPUNKT.

Auf dem Weg zur nationalen Tourismusstrategie für Deutschland.

**SEITE 6 - 9**

## HINTERGRUND.

Senkung der Mehrwertsteuer: Gleiches Recht für Bus und Bahn.

**SEITE 10 & 11**

## INTERVIEW.

„Teilhabe an digitalen Geschäftsmodellen erfordert Neugier und Mut.“

**SEITE 12 & 13**

## AKTUELL.

Zahlen belegen deutlich: Der Bus ist ein Klimaretter mit Auspuff.

**SEITE 14 & 15**



Finden Sie uns bei Twitter unter:  
**@Omnibus\_bdo**



Oder direkt auf unserer Website:  
**www.bdo.org**

## Liebe Leserin, lieber Leser,

ich habe es selbst schon oft erlebt. Und ich glaube, fast jeder kennt dieses Phänomen: Man lernt auf Reisen in einem anderen Land gastfreundliche Menschen kennen und kommt mit ihnen ins Gespräch – auch wenn man sich vielleicht über Sprachbarrieren hinweg nur mit Gesten und einem Lächeln verständigen kann. Trotzdem gewinnen beide Seiten bei solchen Begegnungen unendlich viel. Man lernt mehr über andere Menschen. Über Kulturen. Über Denkweisen, die neu sind – und auch zum Hinterfragen der eigenen Vorstellungen anregen. Das ist für mich und Millionen Bürgerinnen und Bürger in Deutschland die wahre Bedeutung des Reisens: Wir machen uns unterwegs auf den Weg, uns selbst und andere Menschen besser zu verstehen. Es ist ein Verstehen, aus dem Verständnis wächst. Ich finde das sehr wichtig und wertvoll. Gerade derzeit.

Auch aus diesem Grund wollen wir uns in der aktuellen Ausgabe unseres Magazins DER BUS dem Thema „Tourismus“ widmen. Aktuelle Geschehnisse machen es zusätzlich notwendig, diesen Teil der Busbranche genauer unter die Lupe zu nehmen. Die Bundesregierung etwa arbeitet derzeit an einer nationalen Tourismusstrategie, die unserem Wirtschaftszweig mehr Gewicht verleihen soll. Wir freuen uns darüber und beteiligen uns gerne mit Vorschlägen im Sinne der Busunternehmen in Deutschland an dem Prozess der Ausgestaltung. Gleichzeitig sprechen auch die anhaltenden gesellschaftlichen Debatten über die ökologischen Auswirkungen

des Reisens dafür, sich dem Thema „Tourismus“ gerade jetzt intensiv zu widmen. Wir als Busbranche können diese Diskussion aufgrund der hervorragenden Umweltbilanz unserer Fahrzeuge ganz offensiv führen.

Neben vielen positiven Botschaften gibt es aber auch Sorgen, die unsere Branche beim Thema „Tourismus“ umtreiben. Da ist die Bürokratie im grenzüberschreitenden Reiseverkehr und bei der Anmeldung von Fernbuslinien zu nennen. Oder die anhaltende Bevorzugung des Schienenverkehrs. Mit anderen Worten: Wir müssen ganz offen darüber sprechen, wie die Rahmenbedingungen für kleine und mittlere Busunternehmen verbessert werden, damit wir als Branche noch öfter und besser dazu beitragen können, dass Begegnungen möglich werden und Verständnis wächst.

Ich wünsche Ihnen viel Vergnügen beim Lesen.

Ihr



Karl Hülsmann  
Präsident Bundesverband  
Deutscher Omnibusunternehmer (bdo)



# DER BUS:

DIE BESTE WAHL FÜR  
FAHRGÄSTE, WIRTSCHAFT  
UND UMWELT.



## **BUSSE SIND UMWELTFREUNDLICHER ALS ZÜGE,**

wie das Umweltbundesamt bestätigt. Beim Vergleich aller Verkehrsmittel auf langen Strecken schneidet der Bus in zahlreichen Kategorien wie etwa bei den Umweltkosten am besten ab. Trotzdem wird in Hinblick auf Klima- und Ressourcenschutz zu wenig darüber gesprochen.

## **4 GRAMM TREIBHAUSGASE**

sparen Fahrgäste ein, wenn sie sich im Fernverkehr für den Bus und nicht für den Zug entschieden. Pro Kilometer und Fahrgast stoßen Busse 32 Gramm aus, während auf der Schiene 36 Gramm entstehen. Beim Pkw sind es sogar 139 Gramm und für das Flugzeug 201 Gramm.

## **14,3 MILLIARDEN BRUTTOUMSATZ**

verzeichnet der Bustourismus in Deutschland – und schafft damit Wachstum und Beschäftigung. Nur ein geringer Teil des Umsatzes bleibt dabei in den Busunternehmen. Mehr fließt in andere Branchen wie Gastronomie, Kultur oder Hotellerie.

## **238.000 ARBEITSPLÄTZE**

bringt der Bustourismus allein in Deutschland. Zu diesem Ergebnis kommt das Deutsche Wirtschaftswissenschaftliche Institut für Fremdenverkehr (dwif) in seiner Studie "Wirtschaftsfaktor Bustourismus". Dabei handelt es sich um Vollzeit-Beschäftigungsäquivalente.

## **2.000 MITTELSTÄNDISCHE BUSUNTERNEHMEN**

sind allein seit 1996 vom Markt verschwunden. Wachsende Wettbewerbshürden, wie etwa überbordende Bürokratie, machen es kleinen Betrieben schwer, weiter ihre Angebote zu entwickeln. Ganz aktiv strebt die Bundesregierung hingegen eine Verdopplung der Fahrgastzahlen der DB an.

Auf dem Weg zur nationalen Tourismusstrategie

# ENDLICH AUFBRUCHSTIMMUNG.

*Die Bundesregierung hat sich auf den Weg gemacht, eine nationale Tourismusstrategie aufzusetzen. Endlich wird damit die Reisebranche als Wirtschaftskraft ernst genommen. Der Schritt ist schon lange fällig. Denn der Mittelstand insgesamt fühlt sich derzeit kaum beachtet. Und insbesondere die Busunternehmerinnen und Busunternehmer ächzen unter bürokratischen Lasten. Kann das besser werden? Wir zeichnen den bisherigen Weg zur politischen Gesamtstrategie für den Tourismus nach – und zeigen, was kleine und mittlere Busunternehmen brauchen, um Arbeitsplätze und Wachstum zu schaffen.*

“

Oberstes Ziel im Hinblick auf die - auch in diesem Bereich zunehmende - Digitalisierung muss die Schaffung fairer Wettbewerbsbedingungen sein.

Christiane Leonard, bdo-Hauptgeschäftsführerin

”



„Tourismus ist für Deutschland ein wichtiger Wirtschaftsfaktor – sein Potential ist aber noch lange nicht ausgeschöpft.“ Mit dieser Formulierung beginnt die Bundesregierung über ihr Vorhaben zu informieren, erstmals eine nationale Tourismusstrategie aufzusetzen. Das Bemerkenswerte an dem Satz ist, dass er bislang einfach viel zu selten Eingang fand in politische Initiativen und Beschlüsse. Diese oder ähnliche Formulierungen waren vielleicht oft das Deckblatt für eine fehlende konkrete Unterstützung für eine Branche, die vielgestaltig, vielfältig und oftmals von kleinen Unternehmensstrukturen geprägt ist.

Erste Erwähnung fand die Strategie bereits im Koalitionsvertrag. Das Thema wurde damit klar auf die Tagesordnung gesetzt. „Wirtschaftliche Leistungsfähigkeit, soziale Verträglichkeit und ökologische Verantwortung“ sollen nun in Einklang gebracht werden. Kein einfaches Ziel, wenn man ehrlich ist. Aber eines, das absolut für den Bus spricht. Die Zahlen des Umweltbundesamtes zeigen immer wieder eindeutig: Der Bus als tragende Säule des öffentlichen Verkehrs macht umweltfreundliche Mobilität möglich.

## Von den Leitlinien zu konkreten Maßnahmen

Im Jahr 2019 wurde bei der Tourismusstrategie der nächste wichtige Schritt gemacht: Es kam zur Verabschiedung der Eckpunkte für die Tourismusstrategie durch die Bundesregierung. Entlang dieser Leitlinien läuft nun ein Dialogprozess, bei dem es um die konkrete Ausgestaltung geht. Die Bundesregierung wird unter Federführung des Tourismusbeauftragten Thomas Bareiß „einen Aktionsplan mit konkreten Maßnahmen erstellen, zu dem die einzelnen Bundesministerien mit beitragen werden.“ So umreißt die Regierung den Fahrplan. Die Länder sowie die wichtigen Akteure der Tourismuswirtschaft wurden aufgerufen, eigene Aktionspläne aufzusetzen. Was der bdo konkret wünscht und fordert, lesen Sie auf der folgenden Seite.

Für eine nationale Tourismusstrategie: die Forderungen der Busbranche

# WICHTIGE IDEEN UND ANREGUNGEN AUF EINEN BLICK.

Im Herbst lief der Fachdialog zur nationalen Tourismusstrategie an. Aus allgemeinen Absichtsbekundungen müssen nun konkrete politische Schritte werden. Aus Sicht der Busbranche geht es dabei darum, klare Ziele im Auge zu behalten: die Umwelt schützen, Wachstum und Arbeitsplätze schaffen, Digitalisierung ermöglichen. Wir haben eine Reihe von Maßnahmen herausgearbeitet, die Vorteile für Fahrgäste, Beschäftigte und Unternehmen bringen würden. Hier ein Blick auf wichtige Punkte.

## VERLÄSSLICHE, BÜROKRATIEARME UND

### WETTBEWERBSFÖRDERNDE RAHMENBEDINGUNGEN.

Klarheit bei der Gewerbesteuerhinzurechnung schaffen. Steuerliche Gleichbehandlung von Bus und Bahn erhalten. Mehrwertsteuerregelungen EU-weit vereinheitlichen. Ausstellung der A1-Bescheinigung vereinfachen. EU-Fahrtenblatt abschaffen. Entsenderegelungen auf Personenverkehr zuschneiden. Eigenständige Sozialvorschriften für Busfahrerinnen und Busfahrer schaffen.

### AM INTERNATIONALEN WACHSTUM PARTIZIPIEREN.

Umweltfreundlicher Busverkehr muss von Diesel-Fahrverboten ausgenommen sein. Verbesserung der Infrastruktur für Anbindung von Bussen an andere Mobilitätsoptionen wie Bahn und ÖPNV. Busbahnhöfe in zentraler Lage schaffen oder erhalten.

### TOURISMUS 4.0 ALS CHANCE ERKENNEN.

Vermittlung von Know-how mittels Informationshubs zum Thema Digitalisierung verstärken. Einfache und unkomplizierte finanzielle Fördermaßnahmen für Digitalisierungsthemen schaffen. Eine zentrale nationale Anlaufstelle zum Thema gründen. Beantragungsaufwand für Unternehmen senken. Für die Bedeutung des Themas insgesamt in der Branche sensibilisieren.

### LÄNDLICHE RÄUME STÄRKEN.

Kommunikationsinitiative auf Bundes- und Landesebene starten, um das Bewusstsein über die Vorteile des Bus-tourismus für ländliche Räume zu stärken. Verbesserung der Anbindung ländlicher Räume an Liniennahverkehrs- und Linienfernverkehrsnetz.

## MOBILITÄT BEDARFSGERECHT UND

### NACHHALTIG GESTALTEN.

Klima-Champion Bus fördern. Umweltzonen bzw. Dieselfahrverbote verhindern. Auf Einführung einer neuen Busmaut verzichten, um so fairen Wettbewerb im Straßenpersonenverkehr sicherzustellen. Alternativen zum Individualverkehr für die „letzte Meile“ fördern. Finanzierung für den notwendigen Ausbau des Angebots im öffentlichen Verkehr gewährleisten.

### BESCHÄFTIGUNG IM TOURISMUS EINE

### PERSPEKTIVE GEBEN.

Um den Fachkräftemangel im Personenverkehr gezielt zu bekämpfen, braucht es eine Zusammenarbeit von Bund, Ländern, Kommunen, der Bundesagentur für Arbeit sowie Unternehmen. Das Image der Ausbildungsberufe in der Branche verbessern. Ausbildungskosten reduzieren. Finanzielle Unterstützung für KMU bei der Ausbildung.

### AUF NACHHALTIGE ENTWICKLUNG IM UND DURCH

### TOURISMUS SETZEN.

Bus als flexibles Verkehrsmittel mit überschaubaren Gruppengrößen gegenüber Massentransportmitteln Flugzeug, Schiff und Zug stärken. Barrierefreies Reisen ermöglichen, indem umweltschonende und effiziente Mobilitätsangebote an Verkehrsdrehscheiben optimal vernetzt werden.



## "ICH KANN DEN FRUST IM TAGESGESCHÄFT GUT NACHVOLLZIEHEN."

*Es ist ein ambitioniertes Projekt, auf das die Reisebranche lange warten musste: Die Ausarbeitung der nationalen Tourismusstrategie nimmt Formen an. Verantwortlich dafür ist Thomas Bareiß, Parlamentarischer Staatssekretär im Bundeswirtschaftsministerium und Tourismusbeauftragter der Bundesregierung. Im Interview spricht er über seine Ziele für den bevorstehenden Prozess, das Ernstnehmen der Probleme im Mittelstand sowie über Politik mit Augenmaß, die Wachstum und Klimaschutz verbindet.*



**Herr Staatssekretär, Deutschland bekommt erstmals eine nationale Tourismusstrategie. Was bedeutet das für die Reisebranche? Und was bringt dies für das Busgewerbe?**

Zum ersten Mal wollen wir auf Bundesebene eine ganzheitliche Tourismusstrategie für Deutschland erarbeiten. Ich finde, das wird der herausragenden Bedeutung dieser in viel-

fältiger Weise so wichtigen Branche auch gerecht. Unser Ziel ist, den Wirtschaftsfaktor Tourismus zu stärken und den Tourismus-Sektor besser auf die Herausforderungen der Zukunft vorzubereiten. Am 30. April hat das Bundeskabinett daher Eckpunkte für eine nationale Tourismusstrategie beschlossen. Die nationale Tourismusstrategie hat drei übergeordnete Ziele: Sie soll die inländische Wertschöpfung erhöhen, die Lebensqualität der in Deutschland lebenden Menschen nachhaltig steigern und einen Beitrag zur internationalen Stabilität leisten. Hierzu gehören auch eine moderne, barrierefreie, verlässliche sowie nachhaltige Mobilität und digitale Infrastruktur. Das Busgewerbe hat dabei einen hohen Stellenwert.

**Welche konkreten Maßnahmen werden in der nationalen Tourismusstrategie zu finden sein, die Verbesserungen für Fahrgäste und Beschäftigte im Busreiseverkehr bringen?**

Die Bundesregierung wird unter meiner Federführung einen Aktionsplan mit konkreten Maßnahmen für die Tourismus-Branche erstellen. Die anderen Bundesressorts sollen hierzu in ihrem jeweiligen Zuständigkeitsbereich beitragen. Aber auch alle weiteren Akteure im Tourismus, einschließlich der Länder, sind aufgerufen, in ihrem eigenen Verantwortungsbereich aktiv zu werden.



Im Herbst wollen wir einen breiten Dialog mit der Branche eröffnen. Wir werden zum Beispiel interaktive Konferenzen und Workshops veranstalten. Selbstverständlich richtet sich dieses Dialogangebot auch an die Reisebranche und das Busgewerbe.

**Sie haben sich als Politiker von jeher der Unterstützung des Mittelstands verschrieben. Wie kann sich dieses Ziel in der nationalen Tourismusstrategie spiegeln?**

Der Mittelstand ist unser wirtschaftliches Rückgrat. In den Eckpunkten für eine nationale Tourismusstrategie schärfen wir das Bewusstsein dafür, dass die deutsche Tourismuswirtschaft in weiten Teilen von kleinsten, kleinen und mittleren Unternehmen geprägt ist. Als Tourismusbeauftragter der Bundesregierung möchte ich meinen Teil dazu beitragen, dass diese mittelständische Tourismuswirtschaft innovativ und wettbewerbsfähig bleibt. Ich unterstütze sinnvolle und verlässliche gesetzliche Rahmenbedingungen, innerhalb derer sich die Leistungsfähigkeit der Branche entfalten kann. Unter anderem wollen wir Bürokratie und Investitionshemmnisse abbauen.



**Im Herbst wollen wir einen breiten Dialog mit der Branche eröffnen.**

Thomas Bareiß, Parlamentarischer Staatssekretär beim Bundesminister für Wirtschaft und Energie sowie Beauftragter der Bundesregierung für Tourismus.



**Mittelständische Busunternehmerinnen und Busunternehmer berichten von einer Bürokratieflut im grenzüberschreitenden Reiseverkehr. Können Sie uns Hoffnung machen, dass sich in Brüssel und Straßburg Verbesserungen erreichen lassen?**

Ich kann den Ärger und Frust, der da manchmal im Tagesgeschäft entsteht, gut nachvollziehen und die Politik muss das ernst nehmen. Ich setze mich auf allen Ebenen für verlässliche und vernünftige Rahmenbedingungen ein. Der EU-Ministerrat hat Ende 2018 eine Allgemeine Ausrichtung zur Reform des Straßenverkehrssektors festgelegt. Das Reformpaket ist Teil des „Mobility Package I“ der Kommission und enthält zahlreiche Neuregelungen. Beispielsweise geht es um die Arbeitsbedingungen der Fahrer, also insbesondere um die Regulierung von Lenk-, Pausen- und Ruhezeiten. Daneben gibt es neue Regelungen zur Entsendung im grenz-

**ZUR PERSON**

Seit 2005 ist Thomas Bareiß (CDU) direkt gewählter Bundestagsabgeordneter des Wahlkreises Zollernalb-Sigmaringen. Im März 2018 wurde er Parlamentarischer Staatssekretär beim Bundesminister für Wirtschaft und Energie und in der Folge auch Beauftragter der Bundesregierung für Tourismus. Er ist zudem stellvertretender Vorsitzender der baden-württembergischen CDU-Landesgruppe und Mitglied des Bundesvorstands der CDU Deutschlands. Thomas Bareiß ist studierter Diplom-Betriebswirt und war bis zu seiner Wahl in den Deutschen Bundestag in einem mittelständischen Textilunternehmen tätig.

überschreitenden Verkehr sowie Vorgaben dazu, wie diese kontrolliert und durchgesetzt werden sollen – Stichwort Nachweispflichten. Die Forderungen der Branche behalten wir in der Bundesregierung im Auge, nicht zuletzt mit Blick auf den erforderlichen Abbau bürokratischer Lasten. Der grenzüberschreitende Busreiseverkehr ist ein unverzichtbarer Pfeiler des europäischen Tourismus, der gerade im Mittelstand viele und hochwertige Arbeitsplätze sichert. Wichtig sind einheitliche Regeln, die auch überall gleich umgesetzt und angewandt werden.

**Wie lassen sich individuelle Freiheit, die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus und die Ziele bei Klima- und Umweltschutz aus Ihrer Sicht am besten miteinander verbinden?**

Wir brauchen eine Politik mit Vernunft und Augenmaß. Klimaschutz ist wichtig, deshalb haben wir in Deutschland schon viel getan, müssen uns aber weiter anstrengen, um die sehr ambitionierten Ziele zu erreichen. Das wird eine große Herausforderung. Auch in Zukunft muss die individuelle Freiheit geschützt werden, Reisen und Mobilität muss für jedermann möglich und bezahlbar sein. Deshalb setze ich mich für marktwirtschaftlich orientierte Systeme und damit für einen effizienten und günstigeren Klimaschutz ein. Darüber hinaus brauchen wir verlässliche und langfristige Rahmenbedingungen, damit auch zum Beispiel der Omnibus-Unternehmer weiß, dass die Investition von heute auch morgen noch was wert ist.

Debatte über faire Entlastungen für umweltfreundlichen Fernverkehr

# DIE MEHRWERTSTEUER MUSS AUCH FÜR BUSFAHRTEN SINKEN.

*Im April ging es los. Von höchster Stelle aus. Bundesverkehrsminister Andreas Scheuer formulierte den – an sich nicht ganz neuen – Vorschlag, die Mehrwertsteuer auch auf Fernverkehrstickets der Bahn von 19 auf 7 Prozent zu senken. Damit solle umweltfreundliche Mobilität gestärkt werden. Der bdo unterstützte das Anliegen von Beginn an. Mit einem entscheidenden Hinweis: Mit Blick auf die Umwelt und den fairen Wettbewerb muss eine solche Reduzierung der steuerlichen Belastung natürlich auch den Fahrgästen im Reise- und Fernlinienbusverkehr zugutekommen. Im Gesetzesentwurf der Bundesregierung des Klimakabinetts ist diesbezüglich nur die Bahn erwähnt. Das muss sich ändern. Andernfalls droht auch ein Scheitern vor dem EuGH.*

Schade eigentlich, denn der Ansatz zeigt in die richtige Richtung – und ist im Grunde dringend notwendig, ja unverzichtbar. Es ist ein einfacher Dreisatz, vor dem wir stehen: Das Klima muss besser geschützt werden. Der Verkehrssektor in Deutschland muss zur deutlichen Einsparung von CO<sub>2</sub>-Emissionen mehr beitragen. Und dafür muss es unter anderem einen Wandel beim sogenannten Modal Split geben – also eine Verlagerung weg von Flieger und Pkw, hin zur umweltfreundlichen Mobilität. Dabei sollten wir – wenn immer möglich – versuchen, Veränderungen durch positive Anreize herbeizuführen. „Machen wir den Umstieg so einfach wie möglich. Lassen Sie uns die Bürgerinnen und Bürger mit guten Angeboten überzeugen“, formulierte bdo-Präsident Karl Hülsmann in einem Kommentar zum Thema.



kinder auf unserem Planeten noch gut leben können. Das ist im Grunde eine einfache Maxime, die wir aus dem Alltag kennen. Gerechtigkeit ist nun ebenfalls vonnöten, wenn es um die Ausgestaltung des Klimaschutzes im Feld der Mobilität geht. Nur mit gut begründeten Argumenten und fair ausgestalteten Maßnahmen kann der notwendige Rückhalt für die

“  
Vom Umweltbundesamt bestätigt: Züge im Fernverkehr stoßen 36 Gramm Treibhausgase aus. Busse nur 32 Gramm.

bdo-Präsident Karl Hülsmann über die offiziellen Ergebnisse des Umweltbundesamtes zur Klimabilanz der Verkehrsträger.

”

bevorstehenden Veränderungen gewonnen und erhalten werden. Und da sprechen die Zahlen eine klare Sprache: Das Umweltbundesamt hält für die verschiedenen Verkehrsträger fest, wie viel Gramm Treibhausgas sie pro Kilometer und Person in die Luft abgeben. Für die Eisenbahn im Fernverkehr sind das 36 Gramm. Reise- und Fernlinienbusse bleiben aber noch darunter, mit gerade einmal 32 Gramm. Der absolute Top-Wert.

## Es geht um Klimaschutz und Gerechtigkeit.

Der Schutz der natürlichen Ressourcen ist eine wichtige Gerechtigkeitsfrage. Heutige Generationen müssen ihre Lebensweise so gestalten, dass auch die Kinder und Kindes-

## Für den Mittelstand und für Menschen mit niedrigem Einkommen.

Warum wird dann aber nur von der Schiene gesprochen, für die eine Senkung der Mehrwertsteuer demnächst gelten soll? Neben den vielen Überlegungen und Vorschlägen für

Keinen Keil zwischen Bus und Bahn treiben



Und täglich grüßt das Murmeltier. Wobei es in diesem Fall eher „jährlich“ heißen müsste. Denn 2017 und 2018 haben die Allianz pro Schiene und der bdo gemeinsam auf die fehlende ökologische Lenkungswirkung der Mehrwertsteuer im Fernverkehrssektor hingewiesen. In anderen Ländern sieht dies deutlich besser aus. Insbesondere im Vergleich zum klimaschädlichen Flugverkehr überrascht die hohe Steuerlast für Fahrgäste in Bus und Bahn. Ein Ende zeichnet sich daher nun zurecht ab. Diese Reduzierung muss aber für beide Teile des Umweltverbunde gleich gelten. Im Nahverkehr ist es schließlich schon so.

den großen Staatskonzern sollten kleine private Busbetriebe nicht vergessen werden. Insofern gilt es an die gut 4.000 mittelständischen und oftmals familiengeführten Bus-Unternehmen zu erinnern, die mit ihren Angeboten einen wichtigen Beitrag dazu leisten, dass der umweltfreundliche öffentliche Verkehr in Deutschland auf langen Strecken gut funktioniert. Der Mittelstand braucht einen festen Platz in solchen politischen Vorstößen – und nicht nur in den Sonntagsreden. Das ist auch eine Frage der Gerechtigkeit im Wettbewerb der Verkehrsträger. Und eine Frage der Gerechtigkeit unter den verschiedenen Fahrgästen. Sollten wirklich die Geschäftsreisenden in der 1. Klasse auf der Schiene profitieren, während wir den Fahrgästen im Bus eine Verbesserung vorenthalten wollen? Also jenen Menschen, die es sich vielleicht nur knapp leisten können, überhaupt mobil zu sein? Das ist ungerecht.

Ausgelassene Chancen können wir uns nicht leisten.

Beim Schutz des Klimas besteht dringender Handlungsbedarf. Chancen, die da sind, müssen wir nutzen. Und wenn ein reduzierter Mehrwertsteuersatz eine ökologische Lenkungswirkung entfalten kann, dann sollte dies im Busverkehr auch möglich gemacht werden.

Klimaforscher halten regelmäßig fest: Die Zeit drängt. Auch das spricht für den Bus. Die Fahrzeuge sind flexibel einsetzbar. Veränderungen bei Angebot und Nachfrage können somit schnell und direkt aufgenommen werden. Wer also morgen schon klimaschonend unterwegs sein will, der kann einfach einsteigen. Ein deutlicher Ausbau der Kapazitäten, mit dem beispielsweise Pkw-Fahrten oder Flüge ersetzt werden, ist jederzeit möglich.



Quelle: Forschungsinstitut Infras im Auftrag der Allianz pro Schiene, 2019. Berechnungen für das Jahr 2017. Untersucht wurden die externen Kosten des Verkehrs durch Luftschadstoffe, Unfälle, Lärm, vor- und nachgelagerte Prozesse, sowie die Folgen für Klima, Natur und Landschaft.

Stand 09/2019

# „TEILHABE AN DIGITALEN GESCHÄFTSMODELLEN ERFORDERT NEUGIER UND MUT“

*„Es ist beachtlich, mit welchem Engagement die Tourismusbranche diese Debatte führt“, sagt Professor Heinz-Dieter Quack über die Auseinandersetzung mit Klima und Umwelt im Reisesektor. Im Interview spricht der Leiter des Kompetenzzentrums Tourismus des Bundes darüber, wie Reisen positiv auf Aspekte der Nachhaltigkeit wirkt – und warum der digitale Wandel in der Branche gerade erst begonnen hat.*

**Herr Professor Quack, Sie beobachten seit mehr als 25 Jahren die Entwicklung touristischer Märkte und die Situation der Reisewirtschaft insgesamt. Welche größten Veränderungen haben sich in dieser Zeit eingestellt? Und worauf gründen diese?**

Mit Sicherheit die umwälzendste Entwicklung ist die Digitalisierung. Zwar ist dies kein absolut neuer Trend, jedoch hat die enorme technologische Entwicklung der letzten Jahre zu einer deutlichen Veränderung der Stellschrauben im Reisemarkt insgesamt geführt. Beispielhaft möchte ich hier nur den Vertrieb, aber auch die sehr deutlich zunehmende Bedeutung des Geschäftsbereichs „Touren & Aktivitäten“ erwähnen. Dazu kommt, dass digitale Technologien eine aus Kundensicht weitaus stärkere Personalisierung der Ansprache und des Reiseerlebnisses selbst möglich machen.

**Und genauer betrachtet: Wie haben diese Trends den Busreisesektor verändert?**

Die Busreise ist ein sehr beständiges Branchensegment, dessen Potentiale sich durch neue technologische Trends erstmalig voll ausschöpfen lassen. Früher stand die Busreise stark im Schatten der klassischen Flugpauschalreise, sie war



in relevanten Vertriebskanälen nur sehr rudimentär buchbar. Das ändert sich jetzt. Die mit der Digitalisierung einhergehende Personalisierung des touristischen Angebots wird es Busreiseveranstaltern ermöglichen, neue Zielgruppen zu erschließen. Vielleicht wird es in Zukunft sogar möglich sein, Reisegruppen so zu konfigurieren, dass sie menschlich optimal zueinander passen. Das bedeutet aber auch: Der Busreiseveranstalter muss mit der Zeit gehen. Zum klassischen Vertrieb kommt der digitale Vertrieb hinzu und wird den klassischen Vertrieb in allen Teilmärkten substanziell überholen.

**Der Schutz von Umwelt und Klima steht derzeit in Zentrum fast aller öffentlichen Diskussionen. Mehr denn je müssen wir auch den Tourismus unter diesen Gesichtspunkten betrachten. Können wir noch mit gutem Gewissen reisen?**

Es ist beachtlich, mit welchem Engagement die Tourismusbranche diese Debatte selbst führt. In der Öffentlichkeit selbst stehen andere Wirtschaftszweige deutlich stärker am

Pranger. Energiewirtschaft, Automobilindustrie und Logistik und natürlich die Industrie selbst haben einen deutlich höheren CO<sub>2</sub>-Verbrauch als der Tourismus.

Nachhaltigkeit selbst hat viel mehr Facetten als Schadstoffemissionen. Auf viele Kriterien der Nachhaltigkeit, von Bildung über Innovationskraft bis zu Frieden in der Welt, zählt Reisen sehr positiv ein. Die Tourismuswirtschaft kann gestärkt aus der aktuellen Debatte hervorgehen, wenn sie es schafft, das Thema Nachhaltigkeit positiv zu besetzen. Dafür gibt es eine Vielzahl guter Argumente.

**Im Tourismussektor besteht auf Seiten der Destinationen die Gefahr, Opfer des eigenen Erfolgs zu werden. Die Attraktivität von Städten zieht mitunter so viele Touristen an, dass genau diese Attraktivität darunter zu leiden droht. Gibt es Rezepte dagegen? Und braucht es solche überhaupt?**

Wichtig erscheint mir, dass die Interessen von Touristen und Einwohner im Einklang stehen. Potentiale der Besucherlenkung gibt es ja im Übermaß, beginnend von Abgaben und Steuern bis hin zur Steuerung auf kapazitätsschwache Zeiten. Wir sollten nicht vergessen, dass wir in aller Regel über lokale Probleme reden, die auch auf lokaler Ebene lösbar sind. Unsere aktuellen Untersuchungen im Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes zeigen recht deutlich, dass wir in Deutschland eher punktuelle und saisonale, jedoch sicher keine grundsätzlichen Überlastungserscheinungen in der touristischen Entwicklung haben. Erfolgskritisch ist hier weniger die konkrete Anzahl von Reisenden zu einer Zeit an einem Ort, als vielmehr, ob und inwieweit es einen Konsens unter den Einwohnern und Akteuren einer Destination über die gewünschte touristische Entwicklung gibt.

**Mit der Einrichtung des Kompetenzzentrums und den ersten Schritten zu einer nationalen Tourismusstrategie lässt die Bundesregierung Engagement für die Reisewirtschaft erkennen. Welche Potenziale sehen Sie für Beschäftigung und Wachstum?**

Das Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes fördert den Dialog zwischen Politik, Wissenschaft und Praxis und stellt insbesondere mittelständischen Unternehmen damit wichtiges Know-how zur Verfügung. Wir arbeiten hier eng mit dem bdo zusammen. Wir sehen, dass die unterschiedlichen Segmente im Tourismus viel voneinander lernen können. Wir versuchen mit unserer Arbeit, die sehr vielfältigen Kräfte der deutschen Tourismuswirtschaft ein Stück weit zu bündeln und ihnen so mehr Gehör in der Politik zu geben.

Die Politik hat die Relevanz des Tourismus als Wirtschaftsfaktor erkannt und ist jederzeit offen für Gespräche. Auch hier ist Mittelstandsförderung eine zentrale Aufgabe. Wir kommunizieren mit der Branche über Newsletter und Befragungen. Und wir freuen uns, wenn auch Busunternehmer unsere Angebote auf [www.kompetenzzentrum-tourismus.de](http://www.kompetenzzentrum-tourismus.de) nutzen.

**Lassen Sie uns zum Schluss nach vorne, auf die Zukunft schauen. Welche Trends zeichnen sich für die Reisewirtschaft ab?**

Der digitale Wandel hat gerade erst begonnen. Wir können aktuell nur erahnen, welche Anbieter und Technologien auch morgen den Zugang zum Kunden bringen. Klar ist, dass mobile Technologien und eine sehr hohe Personalisierung des Angebots eine zentrale Rolle spielen. Gut zu wissen auch ist, dass die Teilhabe an neuen digitalen Geschäftsmodellen häufig keine Rocket Science ist und in erster Linie Neugier und den Mut zur Veränderung erfordert. Es lohnt sich, diesen Mut aufzubringen, denn die Chancen überwiegen die Risiken.

#### Das Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes

Seit 2018 agiert das Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes als Bindeglied zwischen Politik und Tourismuswirtschaft. Interessierte und Interessenvertreter finden über die Einrichtung Zugang zu Fakten und kreativen Ideen für den Tourismus in Deutschland. Das Zentrum engagiert sich im Auftrag des Bundeswirtschaftsministeriums intensiv im Bereich der Generierung von Daten in und aus der Reisebranche und fördert den Wissenstransfer sowie die Vernetzung zwischen verschiedenen Akteuren. Ziel ist es, Handlungsoptionen, Maßnahmenvorschläge sowie Orientierungspunkte und Entscheidungshilfen für die Praxis zu bieten. Der bdo beteiligt sich seit Gründung des Zentrums an der Arbeit, um Informationen für Unternehmerinnen und Unternehmer einzuholen und Wissen aus der Busbranche in die Arbeit des Kompetenzzentrums einzuspeisen. Mehr Infos zum Kompetenzzentrum finden Sie unter:

[www.kompetenzzentrum-tourismus.de](http://www.kompetenzzentrum-tourismus.de)



Umweltfreundlicher als der Zug

# DER BUS: KLIMARETTER MIT AUSPUFF.

*Umparken im Kopf. So lautete der Kerngedanke einer Werbekampagne, mit der ein Automobilhersteller vor wenigen Jahren große Aufmerksamkeit erregte. Es ging bei diesem Aufruf darum, alte falsche Vorurteile über Bord zu werfen und sich stattdessen bei der Meinungsbildung auf tatsächliche aktuelle Fakten zu konzentrieren. Diese Überlegung scheint wie gemacht für den Blick auf das Verkehrsmittel Bus. Denn er ist im Mobilitätssektor der Klimaretter Nummer 1, was aber leider nur Wenige zu wissen oder zu akzeptieren scheinen.*

Die Fakten sprechen eine klare Sprache.  
Für den Bus.

Zu den Fakten also: Woran lässt sich die Auswirkung eines Verkehrsmittels auf Umwelt und Klima bemessen? Am Ausstoß von Treibhausgasen für jede einzelnen Nutzer pro Kilometer zum Beispiel. Oder auch an den vom Umweltbundesamt aufwendig errechneten Umweltkosten, die für eine bestimmte zurückgelegte Strecke für die Gesellschaft anfallen. Auch am Energieverbrauch pro Kilometer und Fahrgast natürlich. In allen drei Fällen ist das Ergebnis klar:

Der Bus ist das klima- und umweltfreundlichste Verkehrsmittel auf langen Strecken. Punkt. Das sagen nicht nur die Unternehmerinnen und Unternehmer in der Branche. Das stellt vielmehr das Umweltbundesamt fest. Und auch die Interessenvertretung des Schienenverkehrs erkennt die besondere Rolle des Busses an: In einer Untersuchung der Allianz pro Schiene zu den Folgekosten der Nutzung verschiedener Verkehrsträger schnitt der Reise- und Fernlinienbus auf Position 1 am besten ab – noch vor dem Zug.

Die alten Bilder von Diesel-Bussen, von denen viele Abgase ausgehen, entsprechen also schlicht nicht mehr der Wirklichkeit. Die moderne Fahrzeugtechnik hat massive Fortschritte gebracht, sodass beispielsweise auch die Emissionen bei Stickoxiden und Feinstaub in den letzten Jahrzehnten drastisch gesunken sind. Es ist tatsächlich eine schöne neue Welt der Mobilität – in der mit dem Bus ein hochgradig flexibles und umweltfreundliches Verkehrsmittel schon bereitsteht. Jetzt müssen nur noch die Fahrgastzahlen wachsen, damit es zu einer Veränderung beim Modal Split und in der Folge zu verbesserten Emissionswerten im Verkehrssektor kommt.

### Es gibt Möglichkeiten für Verbesserungen. Schon heute.

Die Politik kann die Weichen dafür stellen. Die Genehmigungsprozesse für Fernbuslinien in Deutschland müssen beispielsweise vereinfacht werden. Es braucht eine leistungsfähige Infrastruktur mit sinnvollen Anbindungen unter anderem an den ÖPNV in den Innenstädten, damit mehr Menschen auf Reisen auf ihren Pkw verzichten können. Im Bus-

tourismus müssen die bürokratischen Hürden sinken.

Und für Fernlinien- und Reisebusverkehr gilt gleichermaßen: Man sollte in diesen Zeiten nicht über eine Verteuerung sauberer Verkehrsmittel nachdenken. Dies würde – etwa im Zuge einer Maut – allen derzeitigen Rufen aus der Bevölkerung widersprechen, die sich Schritte in Richtung Klimaschutz wünschen. Im Gegenteil: Jetzt sollten positive Impulse gesetzt werden. Etwa mit der viel diskutierten Senkung der Mehrwertsteuer auch für die Fahrgäste im Fern- und Reisebus.

Um auf die ökologischen Bestwerte des Busses bei Treibhausgasen, Energieverbrauch und Umweltkosten hinzuweisen, starten der bdo und seine Landesverbände im Herbst eine Informationsinitiative. Im Zentrum stehen einzig und allein die entscheidenden Kennzahlen für Umwelt- und Klimaschutz im Verkehrssektor, wie sie das Umweltbundesamt wissenschaftlich fundiert für Deutschland festhält. Und diese Ergebnisse zeigen nun einmal deutlich: Im Verkehrssektor ist der Bus schon heute das sauberste Verkehrsmittel – auch wenn er noch einen Auspuff hat.



Autobranche und Luftfahrt engagieren Werbeagenturen fürs Greenwashing. Wir setzen stattdessen einfach auf die fundierten Zahlen des Umweltbundesamtes.

Christiane Leonard, bdo-Hauptgeschäftsführerin

### Die Busbranche informiert

Niedrigste Umweltkosten. Geringster CO<sub>2</sub>-Ausstoß und Energieverbrauch. Wenigste Stickoxide. Und bei den externen Kosten, die verschiedene Verkehrsmittel der Gesellschaft aufbürden, schneidet der Bus auch am besten ab. Auf diese Tatsachen will die Busbranche in den kommenden Monaten noch intensiver hinweisen. Mit verschiedenen Werbemitteln, Informationsschreiben und Publikationen sollen zentrale Informationen in Politik und Öffentlichkeit besser bekannt gemacht werden. Achten Sie einfach auf das neue Logo, das wir noch vor Jahresende präsentieren wollen – und informieren Sie sich über die Fakten zur Umweltbilanz verschiedener Verkehrsträger.



Folgen Sie uns auf Twitter  
für aktuelle Nachrichten und  
Hintergrundinformationen  
aus der Busbranche:

**@Omnibus\_bdo**

Offizielle Förderer des bdo



Mercedes-Benz

**MAN**

**KRAVAG**



**NEOPLAN**

Partner



**SCANIA**

Herausgeber:  
Bundesverband Deutscher  
Omnibusunternehmer (bdo) e. V.  
Reinhardtstr. 25 | 10117 Berlin

Redaktion & Gestaltung  
Christian Wahl

Bildnachweis:  
Foto Bareiß = © Jan Kopetzky

Stand: November 2019.

Alle Informationen ohne Gewähr.



Bundesverband  
Deutscher  
Omnibusunternehmer

info@bdo.org | www.bdo.org

in Zusammenarbeit mit  
KOMPAGNON communications  
www.kompagnon.eu