

KONJUNKTURUMFRAGE 2021/2022



Einleitung	6
Zusammenfassung	3
bdo-Sonderabfrage: Die Folgen der Corona-Krise und die aktuelle Perspektive	7
Die Normalität liegt noch in weiter Ferne.....	7
Fahrgastzahlen werden sich nur langsam erholen.....	8
100% des Vorkrisengeschäfts wird nicht zeitnah realisierbar.....	9
Auch in den kommenden zwei Jahren geht die Erholung nur langsam voran.....	10
Bund: Ein Großteil ist mit den Hilfen grundsätzlich zufrieden.....	11
Länder-Hilfen: Über die Hälfte der Branche scheint weitestgehend zufrieden	12
1. Bustouristik/Gelegenheitsverkehr	13
Geschäftslage: Leichter Aufschwung	13
Umsatzentwicklung: Leichter Zuwachs	14
Gewinnentwicklung: Wenig Erholung	15
Verschiedene Marktsegmente	16
Buchungszahlen	19
Trends im Bustourismus.....	21
Herausforderungen in der Bustouristik/im Gelegenheitsverkehr	24
Prognose – Ausblick: Weniger optimistisch.....	25
2. Öffentlicher Personennahverkehr	26
Geschäftslage: Zufriedenheit steigt.....	26
Umsatzentwicklung: Nur bedingte Verbesserung	27
Gewinnentwicklung: Trotz leichtem Anstieg – Stimmung weiterhin düster	28
Fahrgastzahlen: Minimaler Anstieg	29
Trends im ÖPNV	30
Herausforderungen im öffentlichen Personennahverkehr	34
Prognose – Ausblick: Optimismus kaum zu erkennen	35
3. Fernlinienverkehr	36
Geschäftslage: Stimmung weiterhin getrübt	36
Umsatzentwicklung: Tief im Minus	37
Gewinnentwicklung: Schlechter als die Umsatzentwicklung	38
Fahrgastentwicklung: Vergleichsweise positiv	39
Trends im Fernlinienverkehr	40
Herausforderungen im Fernlinienverkehr	43
Prognose – Ausblick: Skeptisch bis pessimistisch.....	44

Einleitung

Mit der vorliegenden Publikation veröffentlicht der Bundesverband Deutscher Omnibusunternehmen (bdo) e.V. die 17. Ausgabe seiner wiederkehrenden Konjunkturumfrage.

Der bdo vertritt die Interessen von über 3.000 mittelständischen und zumeist familiengeführten Busunternehmen in Deutschland. Die privaten Busunternehmen beschäftigen in Deutschland fast 60.000 Fahrerinnen und Fahrer und betreiben mehr als die Hälfte der in Deutschland zugelassenen 80.000 Busse. Fast 1.600 der privaten Busunternehmen befördern Menschen im ÖPNV, während sogar mehr als 2.400 Unternehmen Mietomnibusfahrten und touristische Busreisen anbieten (Gelegenheitsverkehr). Die Bustouristik sichert direkt und indirekt fast 240.000 Arbeitsplätze. Die Busunternehmen beförderten in „Vor-Corona-Zeiten“ jedes Jahr fast 100 Millionen - umweltschonend und flexibel.

Diese Online-Umfrage wurde vom 30. November 2021 bis 16. Januar 2022 anonymisiert durchgeführt. Während der Abschlussarbeiten zu dieser Publikation erfolgte die russische Invasion der Ukraine. Dies hatte dramatische Preissteigerungen beim Diesel und Buchungseinbrüche zur Folge. Diese Ereignisse fanden auf Grund des zeitlichen Ablaufs keinen Eingang in die vorliegende Umfrage. Um den aktuellen Stand der Branchenstimmung trotzdem widerspiegeln und den dramatischen Entwicklungen Rechnung tragen zu können, hat der bdo mit einer ergänzenden (Blitz-) Umfrage an seine Mitgliedsunternehmen reagiert und die wirtschaftlichen Folgen dieser Ereignisse nachträglich abgefragt. Die Ergebnisse dieser zweiten Umfrage ergänzen und aktualisieren die vorliegende Konjunkturumfrage und werden als **Anhang** mit veröffentlicht. Insgesamt 722 Busunternehmerinnen und Busunternehmer aus dem gesamten Bundesgebiet haben an der Befragung teilgenommen, darunter bdo-Verbandsmitglieder und Unternehmen, die nicht verbandlich organisiert sind.

Die bdo-Konjunkturumfrage ist seit vielen Jahren ein wichtiger Indikator für einzelne Entwicklungen in der Busbranche und die aktuelle Lage der Busunternehmen. Sie bestätigt vor allem mit belastbaren Zahlen die Wirtschaftslage für das gesamte Gewerbe in den drei Bereichen Bustouristik und Anmietverkehr

(Gelegenheitsverkehr), Öffentlicher Personennahverkehr (ÖPNV) und Fernlinienverkehr. Neben den Auswirkungen der Corona-Pandemie, die seit zwei Jahren die Geschehnisse des Bussektors maßgeblich bestimmen, geht es in der Konjunkturumfrage des bdo um die allgemeine und aktuelle Geschäftssituation, die Geschäftserwartungen, die aktuellen und zukünftigen Entwicklungen und Trends, Ziel- und Fahrgastgruppen, die Verkehrswende, den Fahrpersonalmangel sowie die politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen. Von den befragten Unternehmen sind 602 im Gelegenheitsverkehr tätig, wovon 392 diesen Bereich als ihren Tätigkeitsschwerpunkt nannten. 208 Unternehmen geben an, dass ihr Schwerpunkt im ÖPNV liegt. Insgesamt sind von den teilnehmenden Unternehmen 329 im ÖPNV tätig. 12 Unternehmen sind im Fernlinienverkehr aktiv, davon 5 schwerpunktmäßig. 98 Unternehmen geben an, keinen direkten Tätigkeitsschwerpunkt zu haben.

Diese Ausgabe der bdo-Konjunkturumfrage ist coronabedingt umfangreicher als gewohnt. Mit Sonderfragen zu den Folgen der Pandemie und den staatlichen Hilfen zeigt die Umfrage auch den weiteren Bedarf an Unterstützungsmaßnahmen auf.

Die vorliegenden Ergebnisse sind ein Spiegel der Lage im Mittelstand mit all seinen Facetten. Die beteiligten Unternehmen haben im Durchschnitt 42 Beschäftigte und 30 Busse. Die größten unter ihnen sind Arbeitgeber für bis zu 1.300 Angestellte und bis zu 600 Fahrzeugen, die kleinsten befragten Unternehmen haben 2 Mitarbeiter und 2 Busse.

Für die nachfolgende Darstellung der 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 jeweiligen Prozentzahlen sind auf ganze Zahlen auf- oder abgerundet.

Berlin, den 6. April 2022



Christiane Leonard,
Hauptgeschäftsführerin

Zusammenfassung

Die diesjährige Konjunkturumfrage des bdo erscheint in einer besonders schwierigen Zeit. Sie umfasst die coronabedingten Auswirkungen auf die Busbranche und insbesondere das katastrophale Weihnachts- und Wintergeschäft der Bustouristik. Der Krieg in der Ukraine und die nachfolgende Preisexplosion des Diesels ereigneten sich erst nach der Beendigung der Umfrage und fanden somit keinen Eingang in die Konjunkturabfrage. Nachdem der Ausgang und die weitreichenden Folgen des Krieges in der Ukraine aus derzeitiger Sicht noch nicht absehbar sind, herrscht derzeit eine weitgehende Verunsicherung bei den Unternehmen vor. Hingegen wird die Preisentwicklung beim Diesel hauptsächlich von den im ÖPNV tätigen Unternehmen als existenzbedrohend und potenziell bedrohlicher für die wirtschaftliche Geschäftsentwicklung als die Auswirkungen der Corona-Pandemie bewertet (Die detaillierten Ergebnisse entnehmen Sie bitte der beiliegenden bdo-Blitzumfrage.). Bedingt durch die Corona-Pandemie waren auch 2021 deutlich weniger Fahrgäste mit Bussen unterwegs als im Vorjahreszeitraum. Fahrverbote und Corona-Auflagen haben die Bustouristik schwer getroffen und das Fahrgastaufkommen im Liniennahverkehr mit Bussen brach laut Statistischem Bundesamt im Jahr 2020 insgesamt um fast 25% ein. In den ersten drei Quartalen des Jahres 2021 lagen die Fahrgastzahlen sogar noch unter den Werten von 2020: im Liniennahverkehr noch 5,6% niedriger und im Linienfernverkehr sogar 66,3% unter denen des Vorjahreszeitraums.

Die Corona-Pandemie stellt nicht nur eine massive wirtschaftliche Herausforderung für die Unternehmen dar, sondern hat weitreichend das Mobilitäts- und Verkehrsverhalten in der Bevölkerung verändert. Während im Jahr 2020 68% der Erwerbstätigen mit dem eigenen Pkw zur Arbeit fahren, brachen die Fahrgastzahlen bei den Bussen ein.

Das Deutsche Zentrum für Luft- und Raumfahrt (DLR) stellt fest, dass 50% der Menschen viel seltener oder seltener den ÖPNV nutzen, während 20% angeben, häufiger oder viel häufiger mit dem Auto zu fahren. Einiges deutet darauf hin, dass diese Entwicklung andauern wird. Die Zahl der ÖPNV-Zeitkartenbesitzer:innen sinkt und 26% der vom DLR-Befragten geben an, dass sie nach der Corona-Pandemie künftig seltener den

öffentlichen Verkehr (ÖV) nutzen werden. Nur 18% gaben an, dass sie künftig häufiger mit den Öffentlichen unterwegs sein werden. Um nach der Corona-Pandemie am besten wieder mehr Fahrgäste für den ÖPNV mit Bussen zu gewinnen, sollte laut 50% der Befragten der bdo-Konjunkturumfrage das Angebot im ÖPNV deutlich ausgebaut werden und 24,1% sprechen sich in diesem Zusammenhang für vergünstigte Fahrkarten aus.

Gesunkene Fahrgastzahlen im ÖPNV gefährden die Verkehrswende.

Darüber hinaus hat der Fachkräftemangel dramatische Konsequenzen für die Busbranche und damit auch für die Verkehrswende. Bereits heute leiden fast 73% der Unternehmen unter akutem Fahrermangel. Dem relativ hohen Altersdurchschnitt des Fahrpersonals geschuldet, wird sich diese Entwicklung in den nächsten Jahren fortsetzen, sodass ohne geeignete und wirksame Gegenmaßnahmen nach einer bdo-Schätzung in den nächsten 10 bis 15 Jahren bis zu 36.000 Busfahrer:innen fehlen werden. Die zusätzlichen Aufgaben, die sich aus der Verkehrswende ergeben, sind dabei noch nicht eingerechnet!

Bereits vor der Dieselpreisexplosion im Zuge des Ukraine-Kriegs bedrohten die gestiegenen Energiekosten die Existenz der Busunternehmen und damit auch die Verkehrswende. Jegliche unternehmerische Kalkulation wird Makulatur, wenn die Preise an der Zapfsäule in nie dagewesene Höhen steigen. Ohne Gegenmaßnahmen kann es zu Angebotseinschränkungen kommen. Vor diesem Hintergrund hat die Auswertung der aktuellen Konjunkturumfrage einen besonderen Stellenwert, deren wichtigste Ergebnisse wir nachfolgend zusammenfassen.

Die wirtschaftliche Lage der Busunternehmen im Jahr 2022 ist bereits vor Beginn des Ukraine-Kriegs und der Dieselpreisexplosion deutlich angespannt.

Insgesamt bleibt die wirtschaftliche Lage der Busunternehmen in Deutschland weiter deutlich angespannt. In der Bustouristik und dem Gelegenheitsverkehr beurteilen die Unternehmen die allgemeine Geschäftslage noch immer mit 42% als ungünstig, hingegen nur zu 16% als günstig. Im Vergleich zum Vorjahr ist damit ein

leichter Aufschwung erkennbar. Bei den Unternehmen, die im ÖPNV tätig sind, wird die allgemeine Geschäftslage sogar mit 64% als ungünstiger bewertet. Auch in diesem Segment wird die Situation zu 16% als günstig bewertet. Die allgemeine Zufriedenheit in diesem Segment steigt damit um 7% gegenüber dem Vorjahr. Im Fernlinienverkehr wird die allgemeine Geschäftslage mit 64% ebenfalls als ungünstig bewertet und nur zu 18% als günstig oder gleich zum Vorjahr. Alle drei Segmente weisen einen erheblichen Umsatzrückgang im Vergleich zum Vorjahr aus, wobei dieser beim Fernlinienverkehr (64%) und bei Bustouristik/Gelegenheitsverkehr (60%) wesentlich höher ausfällt als im ÖPNV (36%).

Wirtschaftliche Entwicklung leidet weiterhin unter der Pandemie.

Die Prognose der wirtschaftlichen Entwicklung, die vor Beginn des Ukrainekriegs abgefragt wurde, spiegelt nach wie vor die Folgen der Corona-Pandemie wider. Fast die Hälfte aller befragten Unternehmen (48%) geht davon aus, dass die wirtschaftlichen Folgen der Pandemie – auch nach Ende aller Einschränkungen im öffentlichen Leben – voraussichtlich noch 1 bis 3 Jahre die Geschäftsentwicklung negativ beeinflussen werden. Fast alle befragten Unternehmen (82%) gehen nur von einer langsamen Erholung der Fahrgastzahlen nach Eindämmung der Corona-Pandemie aus. Über die Hälfte der Unternehmen (58%) geht davon aus, dass (leichte bis schwere) Verluste bei den Fahrgastzahlen bestehen bleiben werden. Nur knapp gut 7% der Unternehmen glauben, dass sie das Vorkrisengeschäft innerhalb der kommenden 12 Monate überhaupt erreichen können. Mehr als die Hälfte der Busunternehmen geht in diesem Zeitraum von einem Umsatzrückgang von 20 bis 60% aus.

Grundsätzlich ist mehr als die Hälfte der Befragten zufrieden mit der Unterstützung durch die Bundesregierung in der Corona-Krise, auch wenn sie sich mehr Unterstützung wünschen würden. Knapp 18% der Unternehmen sind mit den Hilfen sogar sehr zufrieden und überrascht, wie viel Hilfe ermöglicht wurde. Die Zufriedenheit bei der Corona-Unterstützung durch das jeweilige Bundesland fällt ähnlich aus. Zwei Drittel der Unternehmen sind zufrieden bis sehr zufrieden und ein

Drittel äußert sich enttäuscht und weitgehend allein gelassen in Bezug auf die Corona-Unterstützung des jeweiligen Bundeslands.

Klares politisches Bekenntnis zur Fahrzeugförderung gewünscht.

Die Mehrheit der befragten Unternehmen (64%) sehen die Umweltbilanz des Busverkehrs immer noch nicht angemessen durch die Politik gewürdigt und vermissen ein klares politisches Bekenntnis zum Bus und seiner Bedeutung für die Verkehrswende. Zudem bewerten die meisten der befragten Unternehmen (72%) die aktuelle finanzielle Förderung moderner Fahrzeugflotten kritisch.

Im Tourismus/Gelegenheitsverkehr bewerten 29%, im Linienverkehr/ÖPNV 24% und im Fernlinienverkehr 50% der befragten Unternehmen die aktuelle finanzielle Förderung als unzureichend, um die (Klima-) Ziele der Bundesregierung zu erreichen. Noch mehr der Befragten sehen keine ausreichende mittelstandsfreundliche Ausgestaltung: Im Tourismus/Gelegenheitsverkehr waren 42%, im Linienverkehr/ÖPNV 56% und im Fernlinienverkehr 50% der Unternehmen dieser Ansicht. 95% aller befragten Unternehmen sehen derzeit keine Voraussetzungen, um alternative Antriebe wirtschaftlich zu betreiben. 87% der Unternehmen glauben nicht, dass Dieselfahrzeuge in den kommenden 5 Jahren im Betrieb vollständig und gleichwertig ersetzt werden können. Mehr als drei Viertel der Busunternehmen (78%) sind der Überzeugung, dass alternativen Antriebe – und damit die Verkehrswende – nur Realität werden können, wenn die Förderung bei Busanschaffungen und der Aufbau der Infrastruktur verbessert wird. Entsprechend wenig Unternehmen (17%) sehen in den alternativen Antrieben eine wirtschaftliche Chance.

Der Fahrermangel wirkt sich immer gravierender auf alle Busverkehre aus.

Bereits heute klagen zwei Drittel aller Busunternehmen in Deutschland über Fahrermangel. Am härtesten ist laut der aktuellen Umfrage der Linienverkehr/ÖPNV betroffen (fast 73%), gefolgt von Bustouristik und Gelegenheitsverkehr (knapp 60%) sowie dem Fernlinienverkehr (50%). Bei den Unternehmen

ohne eindeutigen Schwerpunkt besteht sogar bei über 80% der Befragten ein akuter Fahrermangel. Und der Fahrermangel wirkt sich immer gravierender auf die betrieblichen Tätigkeiten aus. Fahrten können nicht mehr angeboten werden, Fahrpläne werden ausgedünnt. Im Tourismus/Gelegenheitsverkehr, im Linienverkehr/ÖPNV und bei Unternehmen ohne eindeutigen Schwerpunkt sind drei Viertel (76%) aller Unternehmen von solch schwerwiegenden Auswirkungen betroffen. Dazu hat sich der Mangel an Fahrpersonal in den letzten 12 Monaten bei allen Busverkehren eklatant verschärft. Die dramatische Verschlechterung war am deutlichsten im Fernlinienverkehr (100%), im Linienverkehr/ÖPNV (76%) und bei Unternehmen ohne eindeutigen Schwerpunkt 74%, dicht gefolgt von Tourismus/Gelegenheitsverkehr (70%).

Fazit:

Die Auswirkungen des Ukraine-Kriegs und der dramatischen Preisentwicklung beim Diesel konnten auf Grund der zeitlichen Umstände in dieser Umfrage nicht berücksichtigt werden, aber nach dem katastrophalen Jahr 2020 schien die **Bustouristik** den rückläufigen Trend bei den Buchungszahlen bereits überwunden zu haben. Zum Zeitpunkt der Befragung geht nur noch knapp ein Drittel aller Bustouristiker von einer ungünstigeren Umsatzentwicklung aus: Über die Hälfte geht hingegen von einem gleichen und fast jeder 12. Betrieb sogar von einem besseren Umsatzergebnis im Vergleich zum Vorjahr aus. Nachdem die Buchungszahlen im Inland langsam wieder steigen, bleiben die Buchungen für ausländische Ziele weiterhin dramatisch niedrig, womit die Bedeutung von Kurz- und Tagesreisen bei den befragten Unternehmen in der Bustouristik wieder zunimmt.

Im **öffentlichen Personennahverkehr** wird die wirtschaftliche Entwicklung durchaus günstiger als im Vorjahr bewertet, bei einer nur bedingt verbesserten Umsatzentwicklung und einem minimalen Anstieg der Fahrgastzahlen. Anders als im Vorjahr, rechnet die Mehrheit der Unternehmen im ÖPNV zukünftig mit einer Zunahme der Kommunalisierung durch Direktvergaben.

Niedrige Fahrgastzahlen, Umsatzeinbußen und eine nur minimal steigende Gewinnentwicklung führen zu äußerst verhaltenem Optimismus.

Im **Fernlinienverkehr** ist die Geschäftslage durch die negative Umsatzentwicklung weiterhin getrübt. Die Gewinnentwicklung wird von den Unternehmen sogar noch negativer als die Umsatzentwicklung eingeschätzt. Wichtigste Zielgruppen bleiben Studenten, Schüler:innen, Kinder und Singles. Allerdings rechnet kein Unternehmen mit steigenden Fahrgastzahlen im Fernlinienverkehr. Damit blicken die Unternehmen pessimistisch in die Zukunft.

Nachdem sich der Busverkehr in Deutschland 2021 in allen Segmenten im Vergleich zum Vorjahr in Bezug auf die allgemeine Geschäftslage größtenteils ungünstiger entwickelte, schien dieser Negativtrend für das Jahr 2022 bereits überwunden. Vor Beginn des Ukraine-Kriegs und vor der Preisexplosion beim Diesel gingen die meisten der befragten Busunternehmen noch von einer gleichbleibenden Geschäftsentwicklung aus. Teilweise bestand bereits eine leicht positive Zuversicht, obwohl alle befragten Unternehmen massiv von den bereits gestiegenen Energiepreisen und dem Mangel an Fahrpersonal betroffen waren.

Trotz all der dramatischen Entwicklungen, besteht bei allen Unternehmen absolute Einigkeit in einem Punkt: Die hervorragende Umweltbilanz des Busses wird in den aktuellen politischen Rahmenbedingungen nicht angemessen berücksichtigt. Nicht zuletzt die zahlreichen privaten Hilfsinitiativen der Busunternehmer für die Ukraine sollten allen Politikern bewiesen haben, wie schnell, flexibel und effektiv der Bus einsetzbar sein kann.

Blitzumfrage März 2022

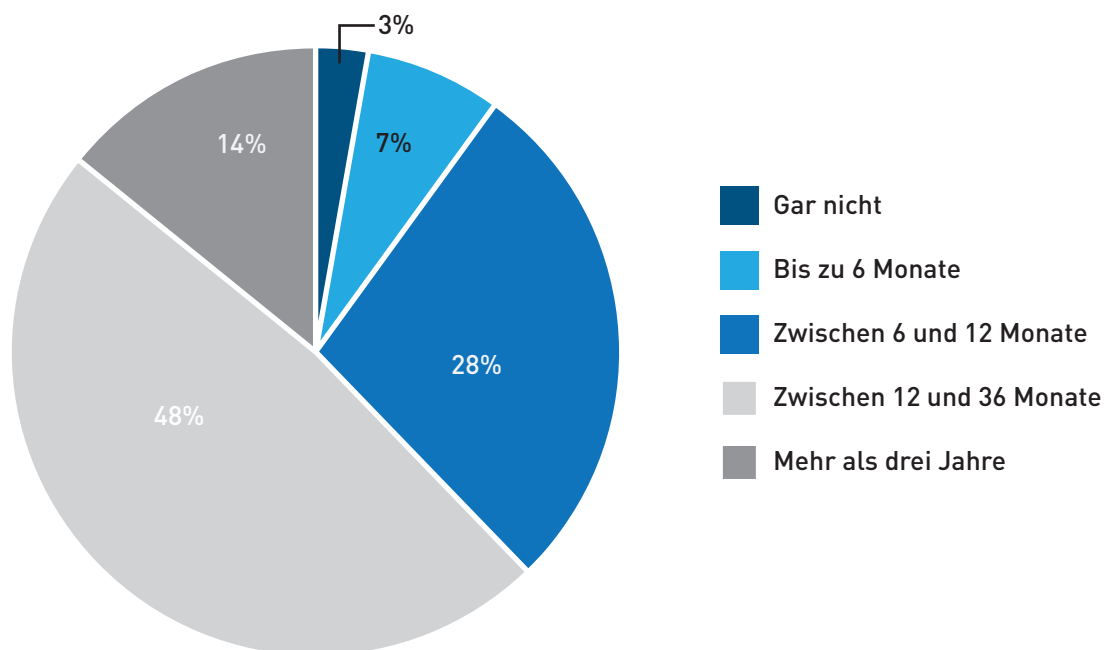
Die Ergebnisse der Blitzumfrage sind als Anlage zu dieser Konjunkturumfrage online abrufbar – **klicken Sie hier!**

bdo-Sonderabfrage: Die Folgen der Corona-Krise und die aktuelle Perspektive

Die Normalität liegt noch in weiter Ferne

Die wirtschaftlichen Folgen der Corona-Pandemie werden die Unternehmen voraussichtlich noch bis zu drei Jahre nach Ende aller Einschränkungen im öffentlichen Leben negativ beeinflussen. Fast die Hälfte der befragten Unternehmen (**48%**) geht von einer ein- bis dreijährigen Negativwirkung der Corona-Pandemie nach Ende aller Einschränkungen im öffentlichen Leben aus. Nur **14%** der Befragten glauben dabei an einen Zeitraum von mehr als drei Jahren. Gut ein Viertel der Befragten (**28%**) sieht die negative Nachwirkung in 6 bis 12 Monaten beendet.

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



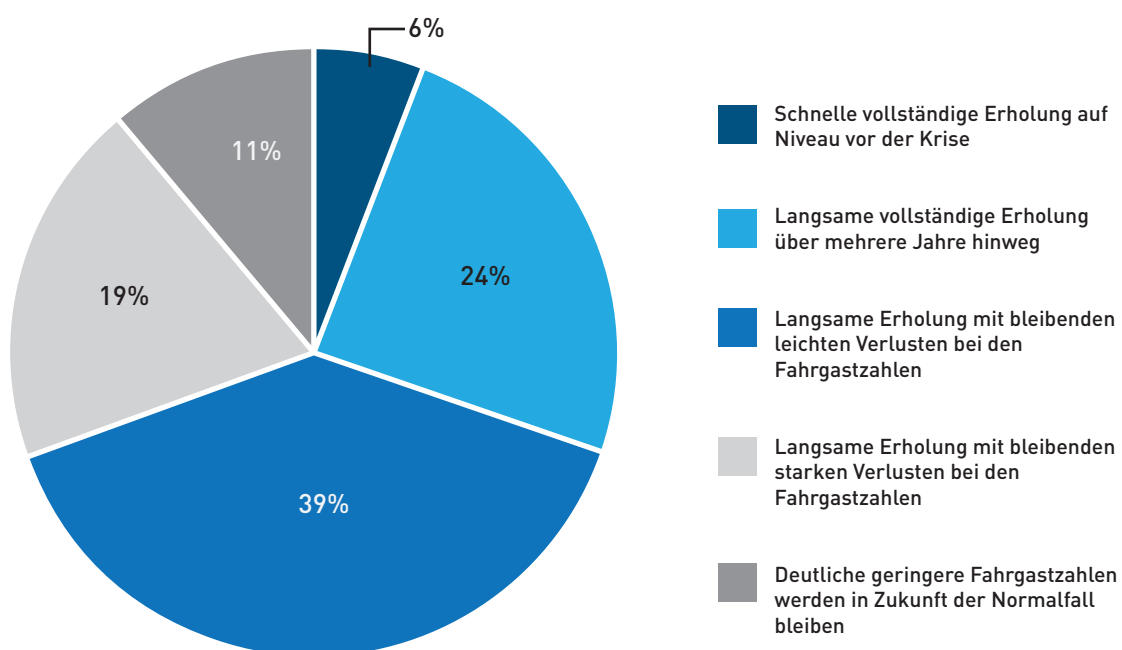
Quelle: bdo 2022

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

Fahrgastzahlen werden sich nur langsam erholen

Über die Hälfte der befragten Unternehmen (**58%**) geht von einer langsamen Erholung mit bleibenden leichten Verlusten (**39%**), bzw. starken Verlusten (**19%**) aus. Knapp ein Viertel der Unternehmen (**24%**) glaubt an eine langsame, aber vollständige Erholung über mehrere Jahre hinweg.

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



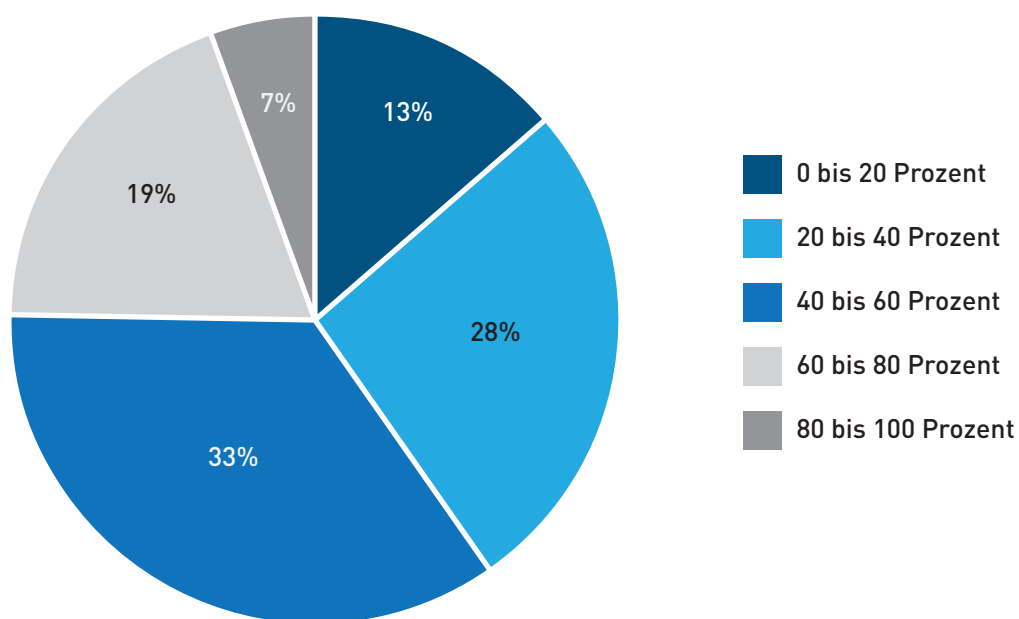
Quelle: bdo 2022

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

100% des Vorkrisengeschäfts nicht zeitnah realisierbar

Nach jetzigem Stand glauben die meisten Unternehmen in den kommenden 12 Monate nur noch maximal **60%** Ihres Vorkrisengeschäfts erreichen zu können. Ein Drittel der befragten Unternehmen (**33%**) glaubt, dass sie in den kommenden 12 Monaten nur noch ungefähr die Hälfte Ihres Vorkrisengeschäfts (**40 bis 60%**) erreichen können. Während **41%** aller Unternehmen mit **0 bis 40%** planen, glaubt mehr als ein Viertel der Befragten (**26%**) in den kommenden 12 Monate noch **zwischen 60 und 100%** des Vorkrisengeschäfts erreichen zu können.

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



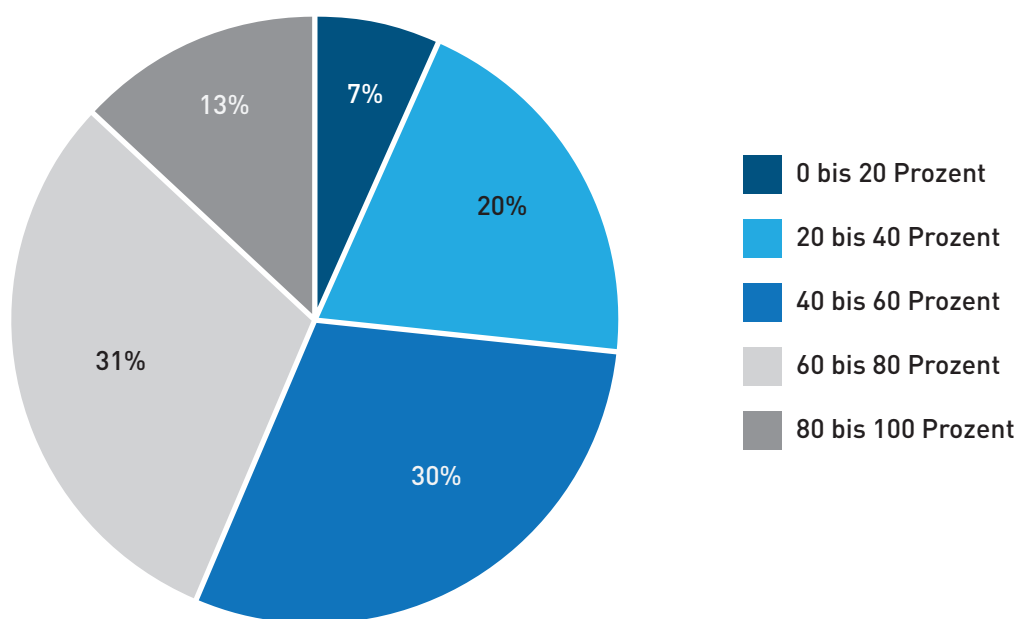
Quelle: bdo 2022

Abb. 3: Blick auf die kommenden 12 Geschäftsmonate

Auch in den kommenden zwei Jahren geht die Erholung nur langsam voran

Nach jetzigem Stand glauben die meisten Unternehmen in den kommenden 24 Monate nur noch maximal **80%** Ihres Vorkrisengeschäfts erreichen zu können. Knapp ein Drittel der befragten Unternehmen (**31%**) glaubt, dass sie in den kommenden 24 Monaten noch **60 bis 80%** Ihres Vorkrisengeschäfts erreichen können. Weitere **30%** der Befragten glauben an das Erreichen der Hälfte des Vorkrisengeschäfts (**40 bis 60%**). Während über ein Viertel (**27%**) aller Unternehmen mit **0 bis 40%** planen, glauben immerhin **13%** der Befragten in den kommenden 24 Monate noch **bis zu 100%** Ihres Vorkrisengeschäfts erreichen zu können.

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 2022

Abb. 4: Blick auf die kommenden 24 Geschäftsmonate

Bund: Ein Großteil ist mit den Hilfen grundsätzlich zufrieden

Über die Hälfte der befragten Unternehmen ist zufrieden mit der Unterstützung durch die Bundesregierung in der Corona-Krise. **57%** der befragten Unternehmen sind zufrieden mit der Unterstützung durch die Bundesregierung in der Corona-Krise. **18%** sind sogar sehr zufrieden und überrascht, wie viel Hilfe ihr Unternehmen erfährt. **25%** zeigen sich enttäuscht und weitgehend durch die Bundesregierung allein gelassen.

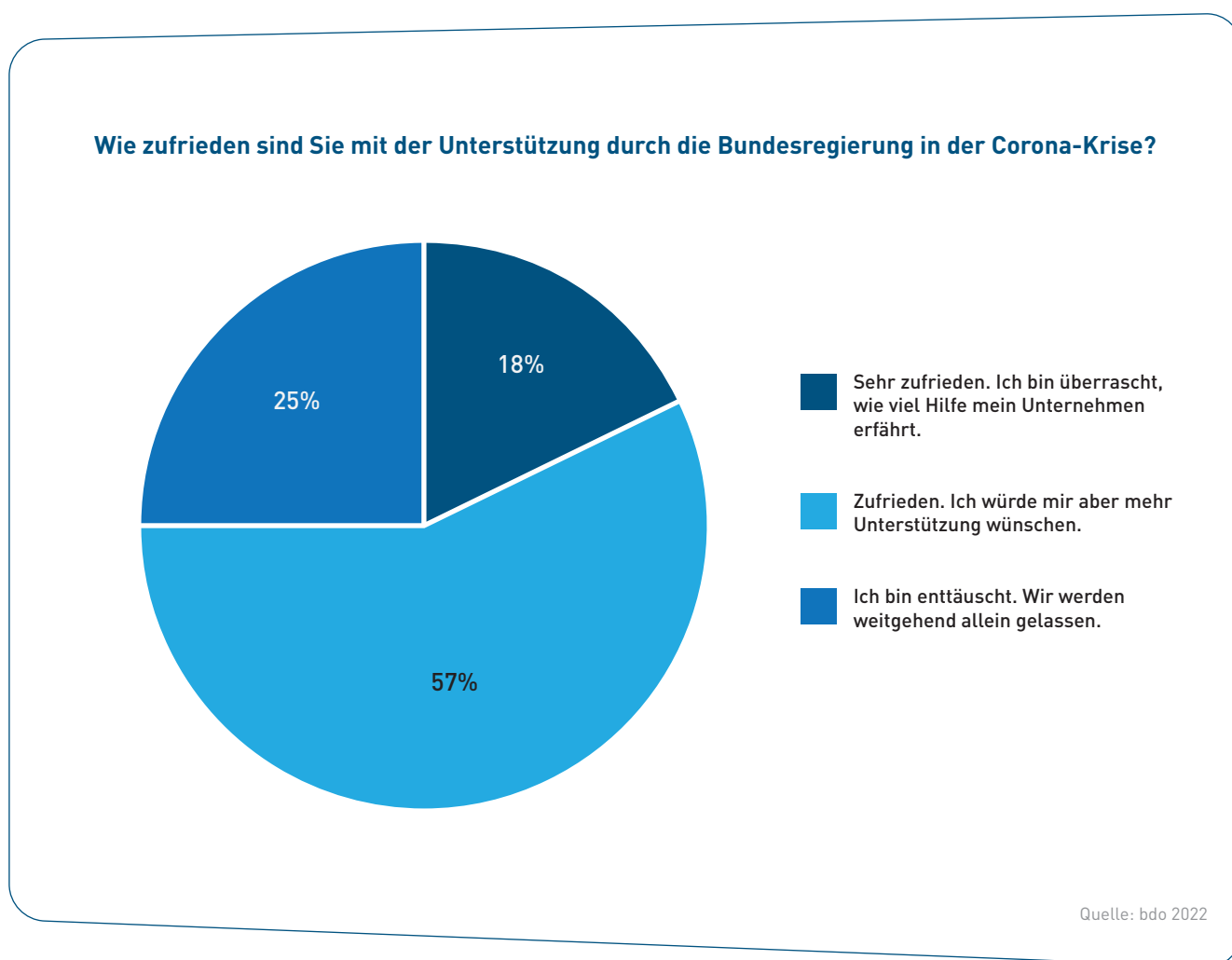


Abb. 5: Zufriedenheit mit der Bundesregierung in der Corona-Krise

Länder-Hilfen: Über die Hälfte der Branche scheint weitestgehend zufrieden

Über die Hälfte der befragten Unternehmen ist auch zufrieden mit der Unterstützung durch ihr Bundesland in der Corona-Krise. **54%** der befragten Unternehmen sind zufrieden und **12%** sind sehr zufrieden und überrascht, wie viel Hilfe ihr Unternehmen erfährt. **34%** zeigen sich enttäuscht und weitgehend durch ihr Bundesland allein gelassen.

Die größte Zufriedenheit bestand im Bundesland Rheinland-Pfalz, wo rund **80%** der Unternehmen zufrieden waren.

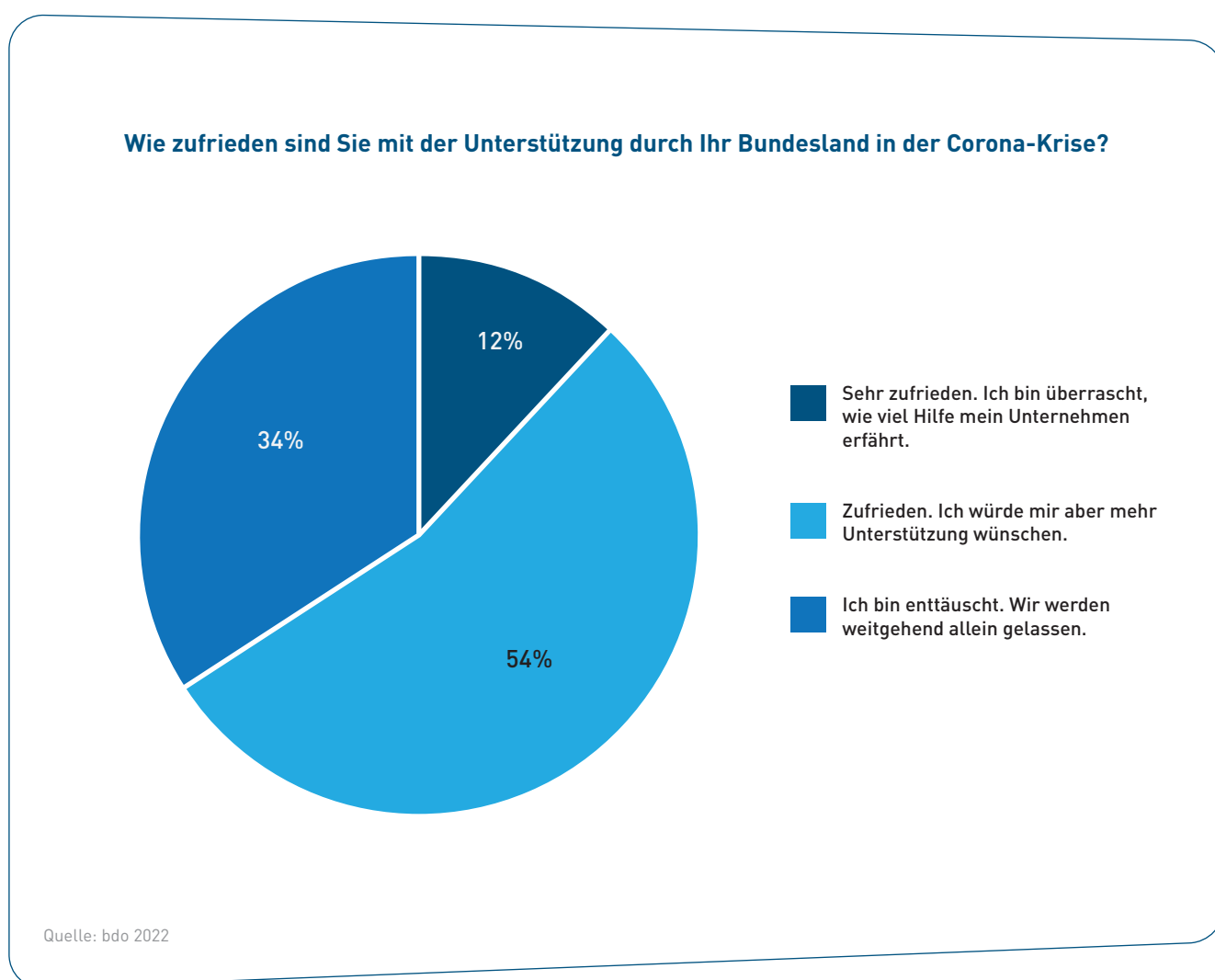


Abb. 6: Zufriedenheit mit der Landesregierung in der Corona-Krise

1. Bustouristik/Gelegenheitsverkehr

Geschäftslage: Leichter Aufschwung

Nach der düsteren Stimmung im Jahr 2020, beurteilen die Unternehmen nun mit rund **16%** im Vergleich zum Vorjahr die allgemeine Geschäftslage als günstig. Der Anteil unzufriedener Unternehmen hat sich um 38 Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr verändert. Dennoch liegt der Saldo erneut deutlich im negativen Bereich (**-42 Prozentpunkte**). Insgesamt zeigt sich im Gegensatz zum Vorjahr ein leichter Aufschwung.

Zwischen den verschiedenen Unternehmensgrößen lässt sich wie auch im Vorjahr kaum ein Unterschied erkennen. Jeder Betrieb bewertet das Geschäftsjahr 2021 als ähnlich ungünstig (**K: 59%; M: 59%; G: 55%**).

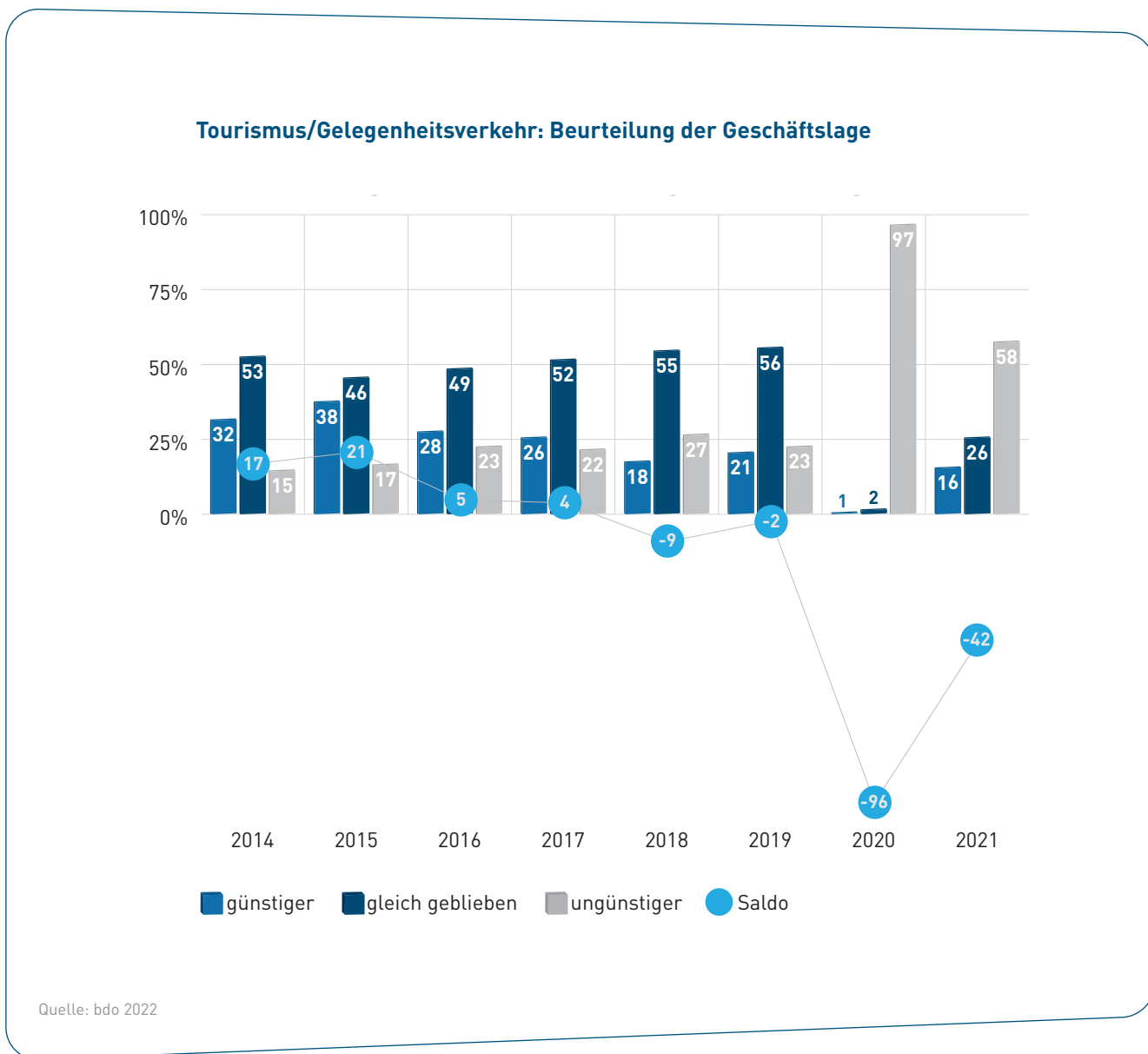


Abb. 7: Geschäftslage der Bustouristik

Umsatzentwicklung: Leichter Zuwachs

Im Gegensatz zum Vorjahr konnten immerhin rund **18%** der Umfrageteilnehmer steigende Umsätze erzielen. Dennoch haben hingegen **60%** weiterhin Umsatzeinbußen verzeichnet. Damit bleibt der Saldo weiterhin mit einer Veränderung um 54 Prozentpunkten im negativen Bereich (**-42 Prozentpunkte**).

Anders als bei der Geschäftslage sinkt die Unzufriedenheit mit steigender Unternehmensgröße. Während **61%** der kleinen Betriebe (bis 5 Busse) die Umsatzentwicklung als ungünstiger zum Vorjahr beurteilen, sind es bei den mittelgroßen Unternehmen (6 – 20 Busse) **59%** und bei den großen Unternehmen (über 20 Busse) **57%**.

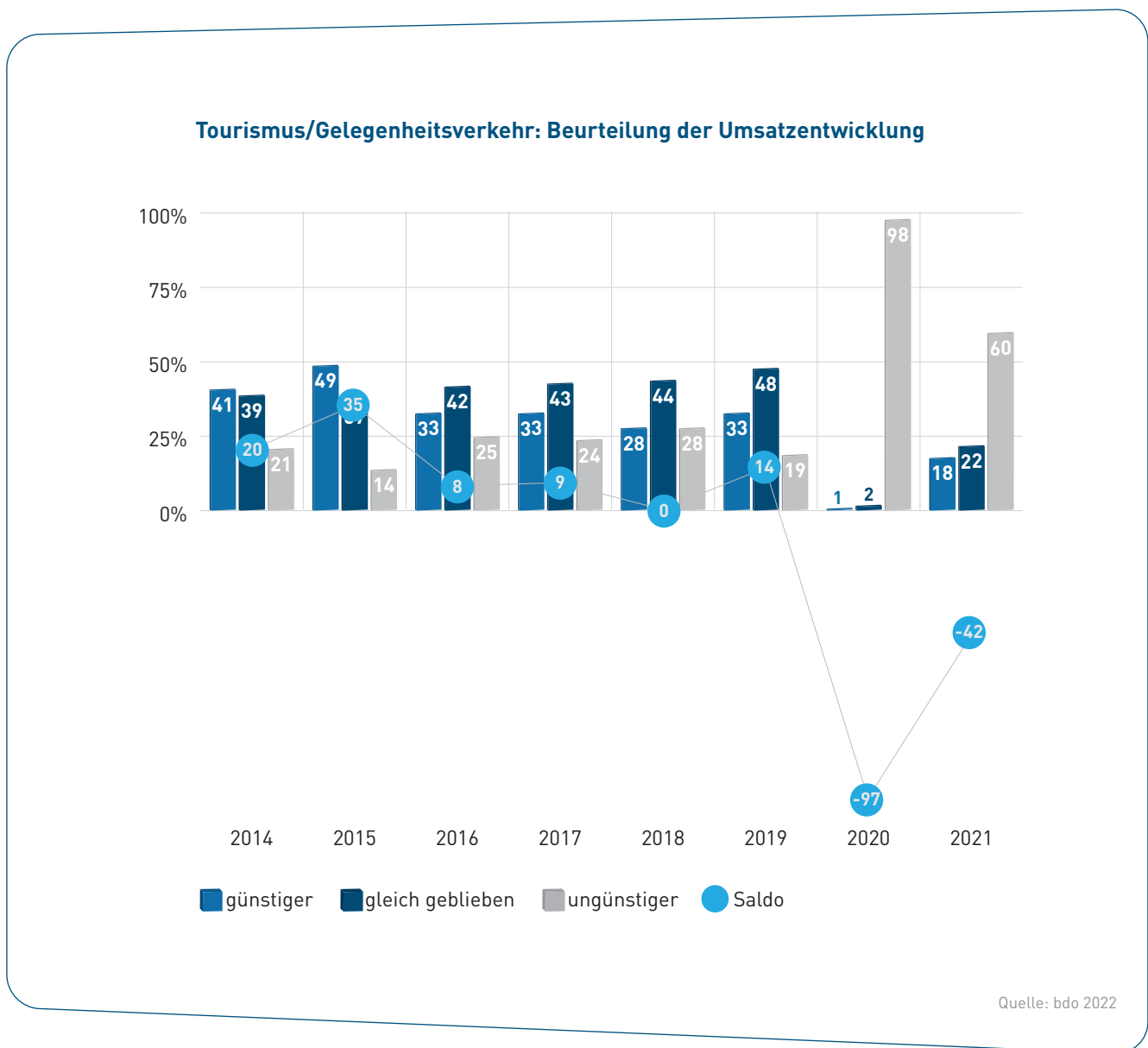


Abb. 8: Umsatzentwicklung der Bustouristik

Gewinnentwicklung: Wenig Erholung

Nach einem äußerst schlecht bewerteten Geschäftsjahr, kann zumindest ein leichter Trendwechsel festgestellt werden. **12%** der Unternehmen verzeichnen eine günstigere Gewinnentwicklung und die Anzahl der Unternehmen mit einer ungünstigen Entwicklung hat sich fast um 29 Prozentpunkten reduziert (**67%**). Insgesamt verbessert sich der Saldo somit zum Vorjahr auf **-55 Prozentpunkte**. Bleibt aber weiterhin deutlich im Negativbereich.

Unabhängig von ihrer Größe, sind sich die Unternehmen über die negative Entwicklung einig (**K: 66%; M: 67%; G: 68%**).

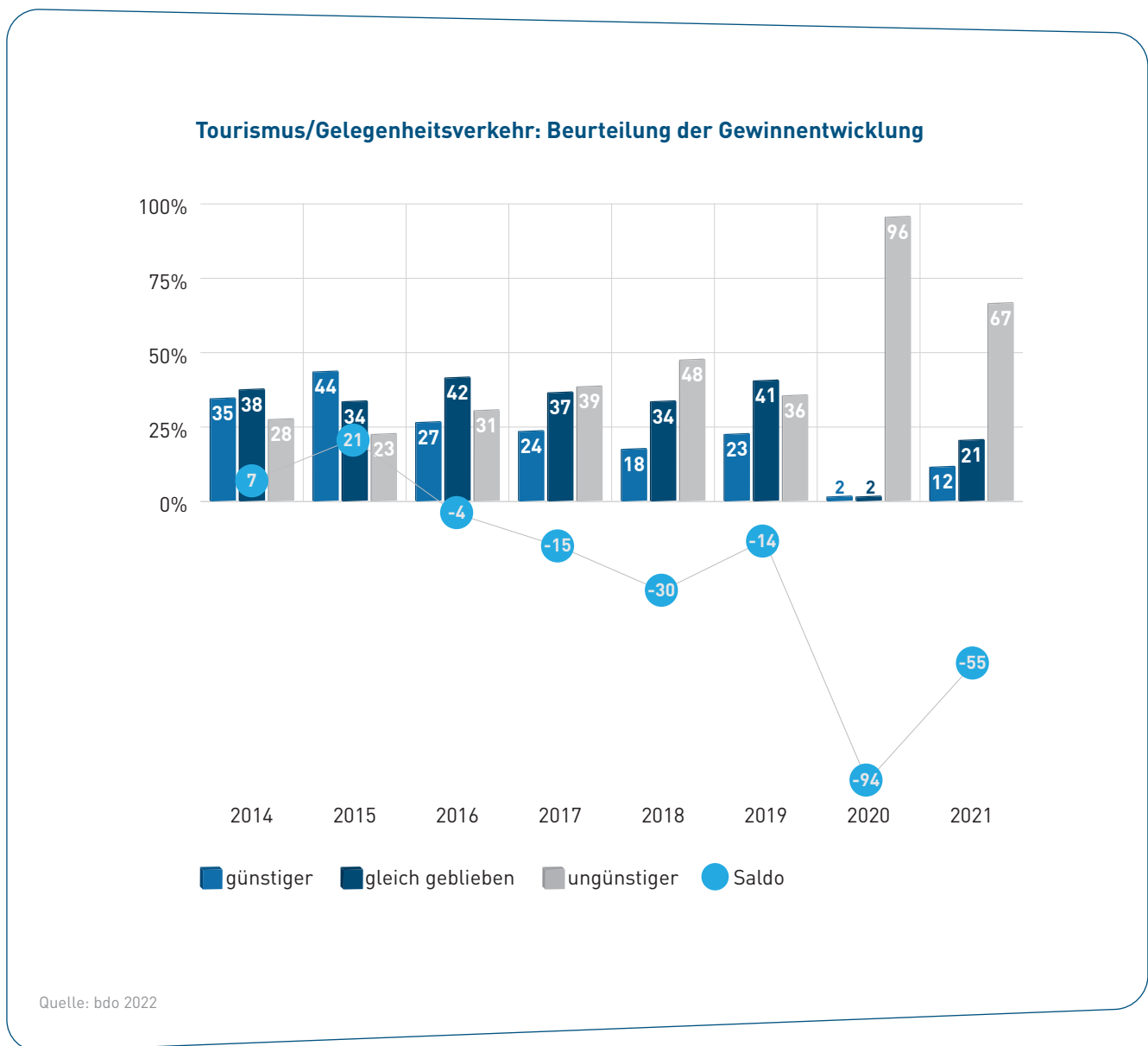


Abb. 9: Gewinnentwicklung der Bustouristik

Verschiedene Marktsegmente

Mietomnibusverkehr: Leicht steigender Trend

Wie auch im Vorjahr entwickelt sich der Mietomnibusverkehr nach wie vor verhalten. Es zeigt sich aber, dass die negative Bewertung seitens der Teilnehmenden um 29 Prozentpunkte gesunken ist (**69%**). Immerhin **11%** der Betriebe geben eine positive Entwicklung im Vergleich zum Vorjahr an. Der Saldo steigt, bleibt aber mit **-58 Prozentpunkten** im negativen Bereich.

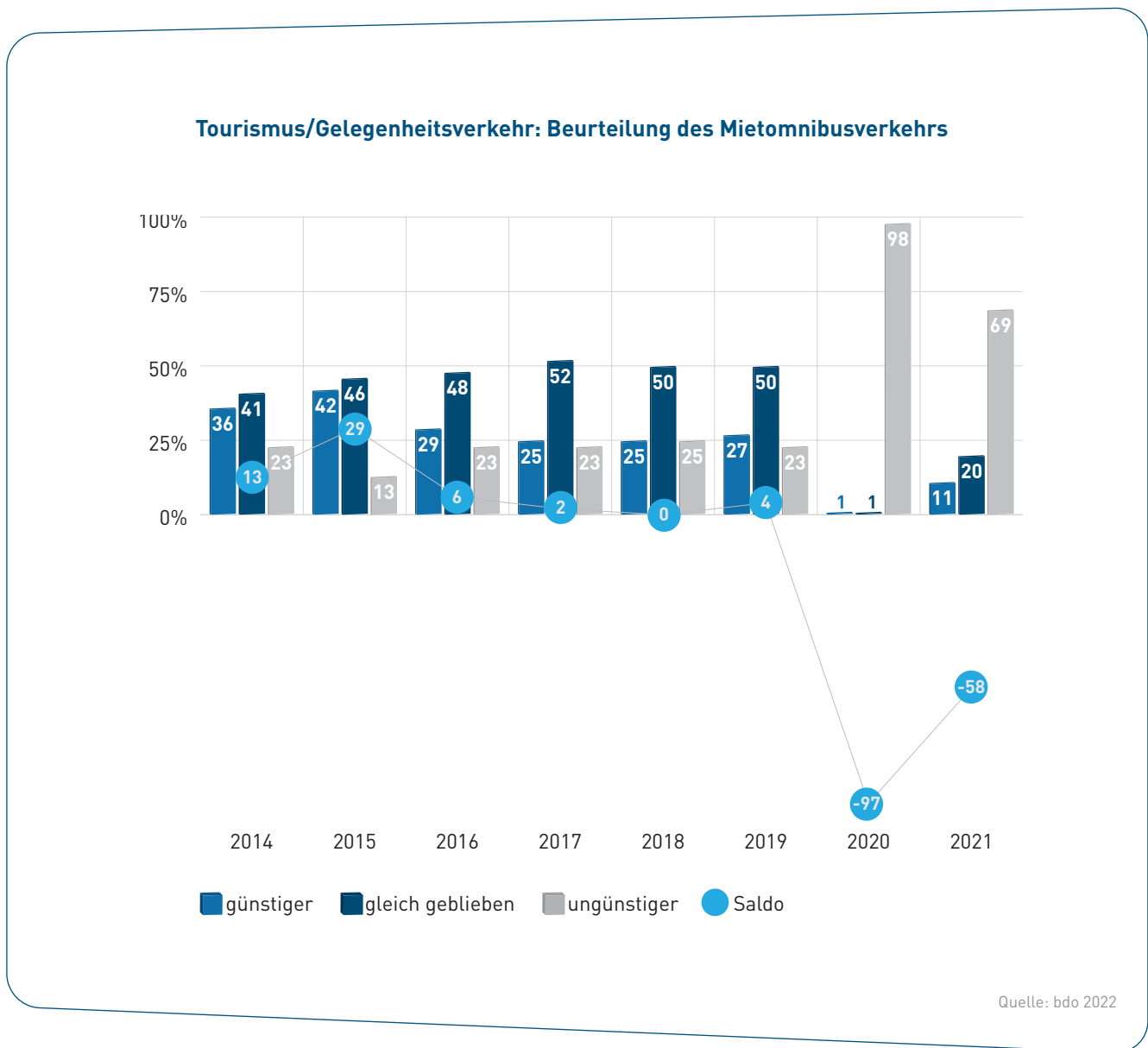


Abb. 10: Mietomnibusverkehr

Eigenveranstaltete Busreisen: Trotz steigendem Trend – Stimmung abermals düster

16% der befragten Unternehmen bewerten die Situation im Vergleich zum letzten Jahr positiver. Dennoch bleibt eine starke Diskrepanz zwischen den zufriedeneren und den weniger zufriedenen Unternehmen, ähnlich zum Vorjahr, bestehen. 64% bewerten die Entwicklung als negativ. Somit liegt der Saldo bei **-48 Prozentpunkten**.

Unabhängig von ihrer Unternehmensgröße sind sich die Unternehmen mehrheitlich einig und sehen eine Verschlechterung (K: 63%; M: 63%; G: 65%).

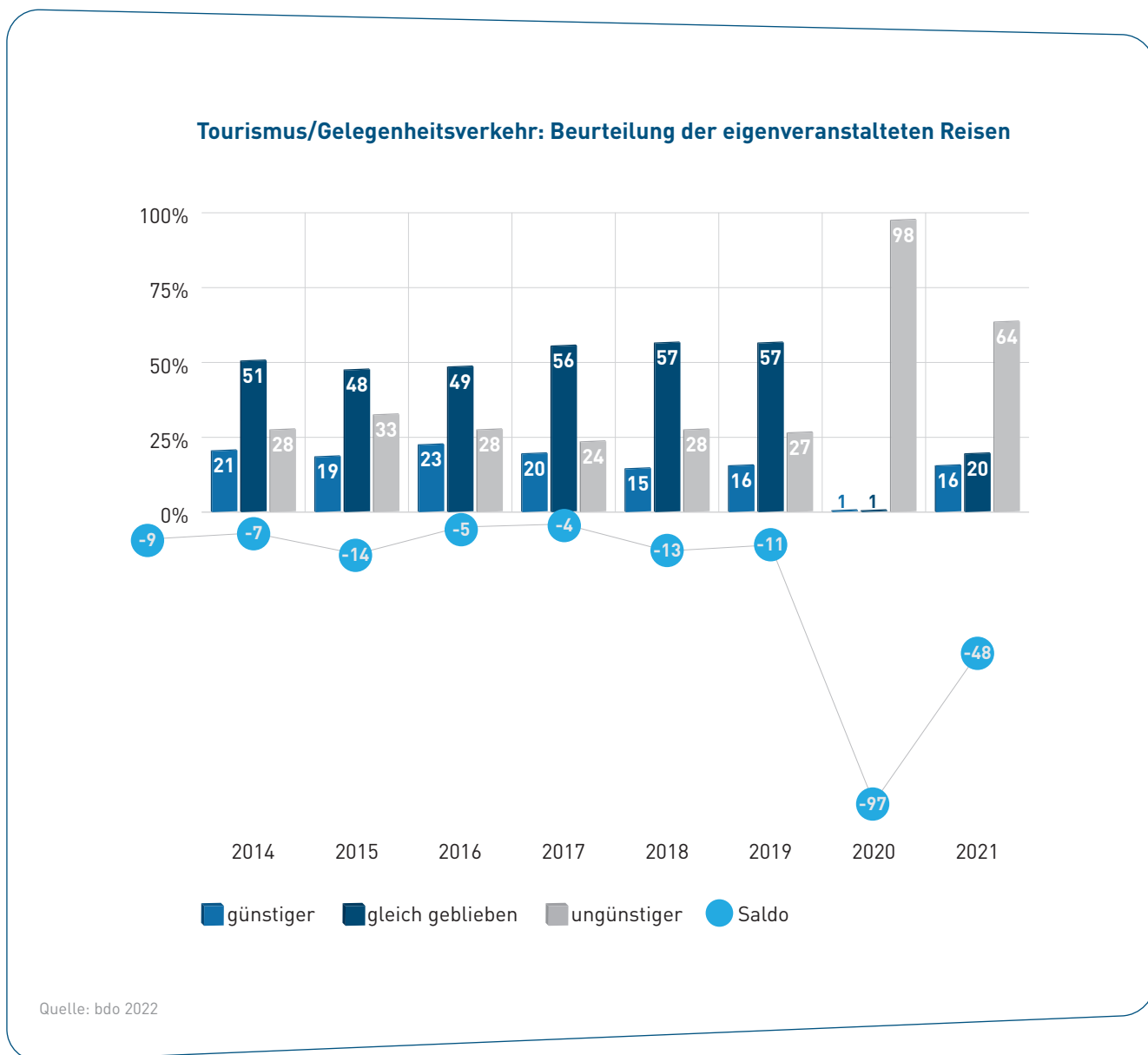


Abb. 11: Eigenveranstaltete Busreisen

Tagesausflugsverkehr: Leichte Erholung

Die Betriebe sind sich mehrheitlich einig und geben eine negative Bewertung von rund **63%** für die Entwicklung im Bereich Tagesausflugsverkehr an. Die Zufriedenheit bei Tagesausflugsfahrten steigt jedoch um 14 Prozentpunkten (**15%**).

Besonders große Unternehmen (über 20 Busse) verbuchen eine negative Entwicklung bei Tagesausflugsfahrten mit rund **73%**. Kleine Betriebe (bis 5 Busse) bewerten die Entwicklung mit rund **61%** als negativ und mittelgroße Unternehmen mit **60%**.

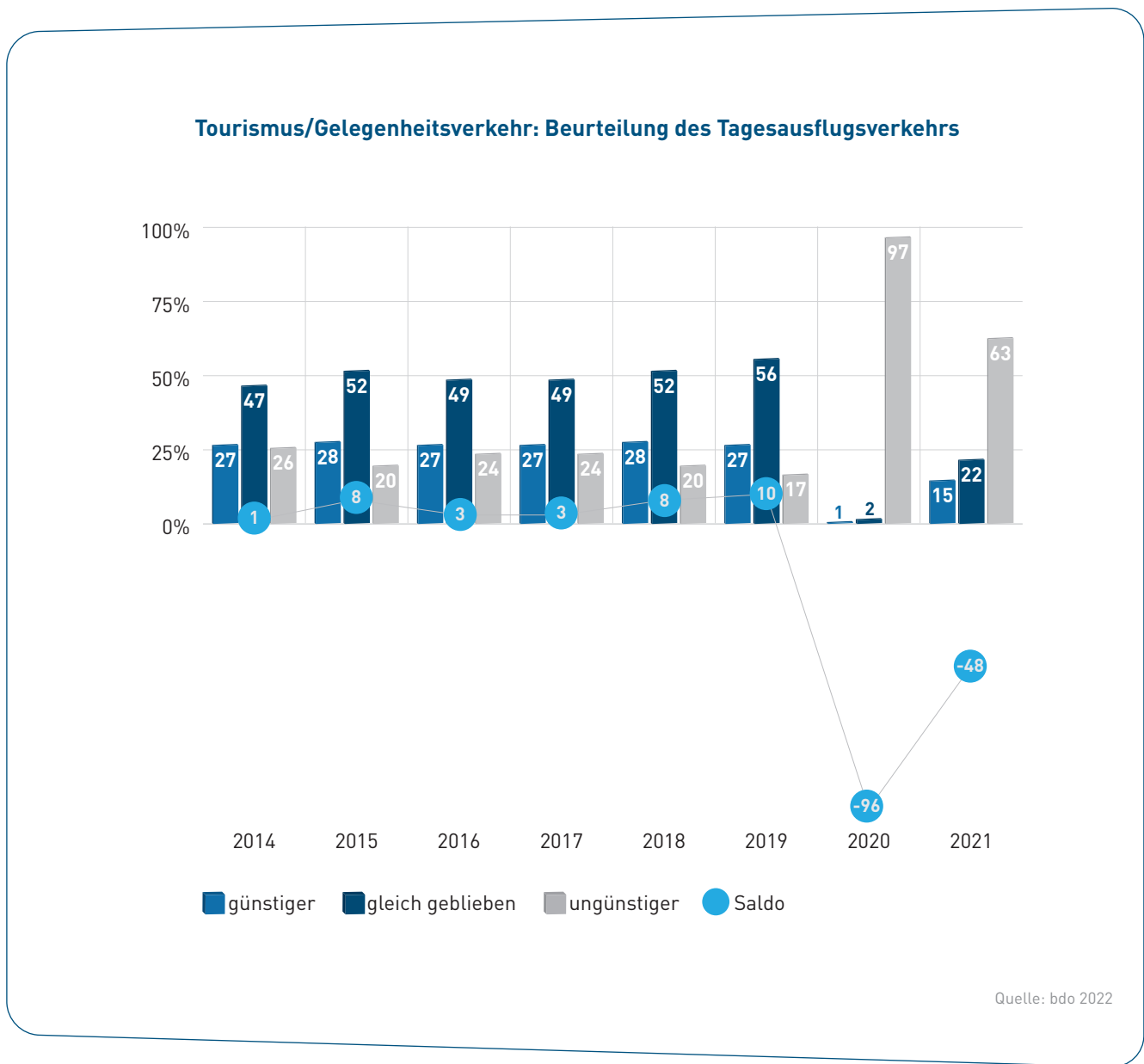


Abb. 12: Tagesausflugsverkehr

Buchungszahlen

Buchungszahlen im Inland: Langsamer Anstieg

Die Busunternehmen geben einen langsamen Buchungsanstieg im Inland an (**21%**). Allerdings verzeichnen weiterhin mehr als die Hälfte der befragten Unternehmen mit rund **55%** einen Rückgang im Inland. Damit befindet sich der Saldo nach wie vor im negativen Bereich (**-34 Prozentpunkte**).

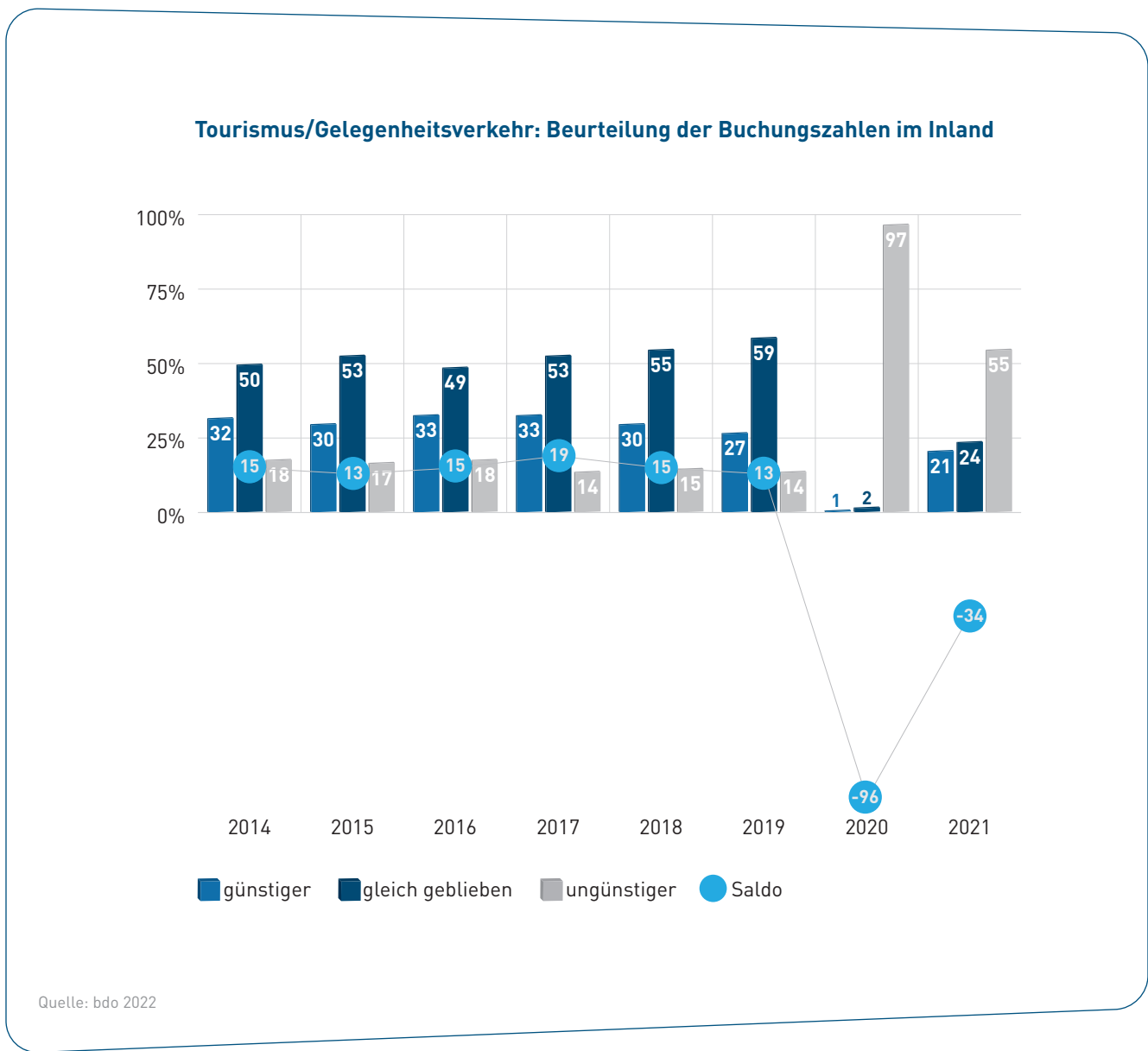


Abb. 13: Buchungszahlen Inland

Buchungszahlen ins Ausland: Weiterhin dramatisch

Die Buchungszahlen ins Ausland sind ähnlich dramatisch wie im Vorjahr mit leicht positiver Tendenz. Der prozentuale Anteil an Busunternehmen, die schlechtere Buchungszahlen zum Vorjahr hinnehmen mussten (**76%**), ist weiterhin deutlich höher, als der Anteil, der eine Verbesserung feststellt. Eine Zunahme an Buchungen ins Ausland haben lediglich **11%** der befragten Unternehmen festgestellt. Dementsprechend bleibt der Saldo im negativen Bereich angesiedelt (**-65 Prozentpunkte**).

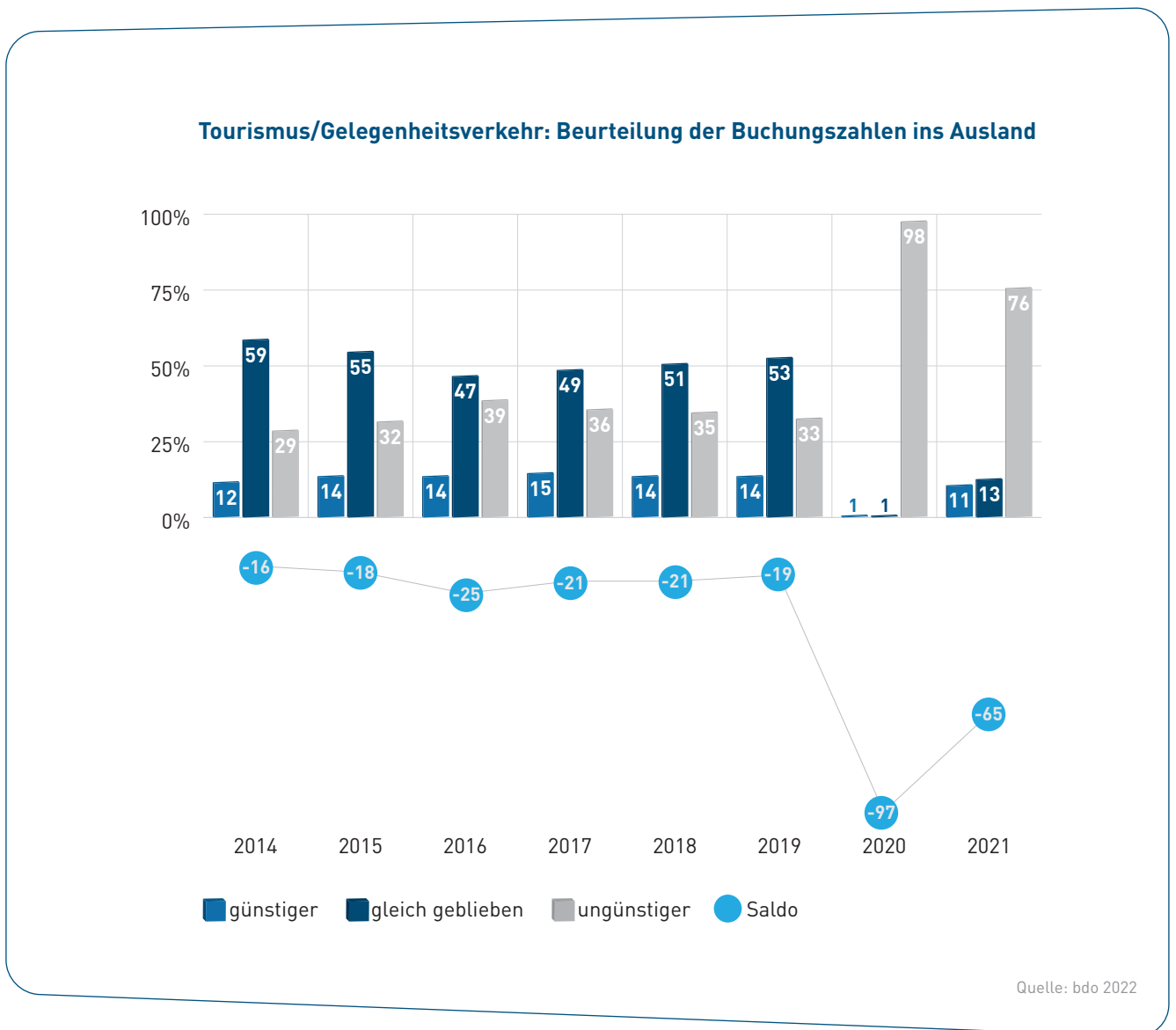


Abb. 14: Buchungszahlen Ausland

Trends im Bustourismus

Aktuelle Hauptzielgruppen

Die Hauptzielgruppe im Bustourismussegment bleiben weiterhin die **Best Ager/Senioren** mit rund **93%**. Nach diesen folgen erneut die **Studentinnen und Studenten sowie Schülerinnen und Schüler** mit rund **46%**. Anschließend folgen **Singles (15%)**, **Familien (10%)** und **mobilitätseingeschränkte Reisende (8%)**.

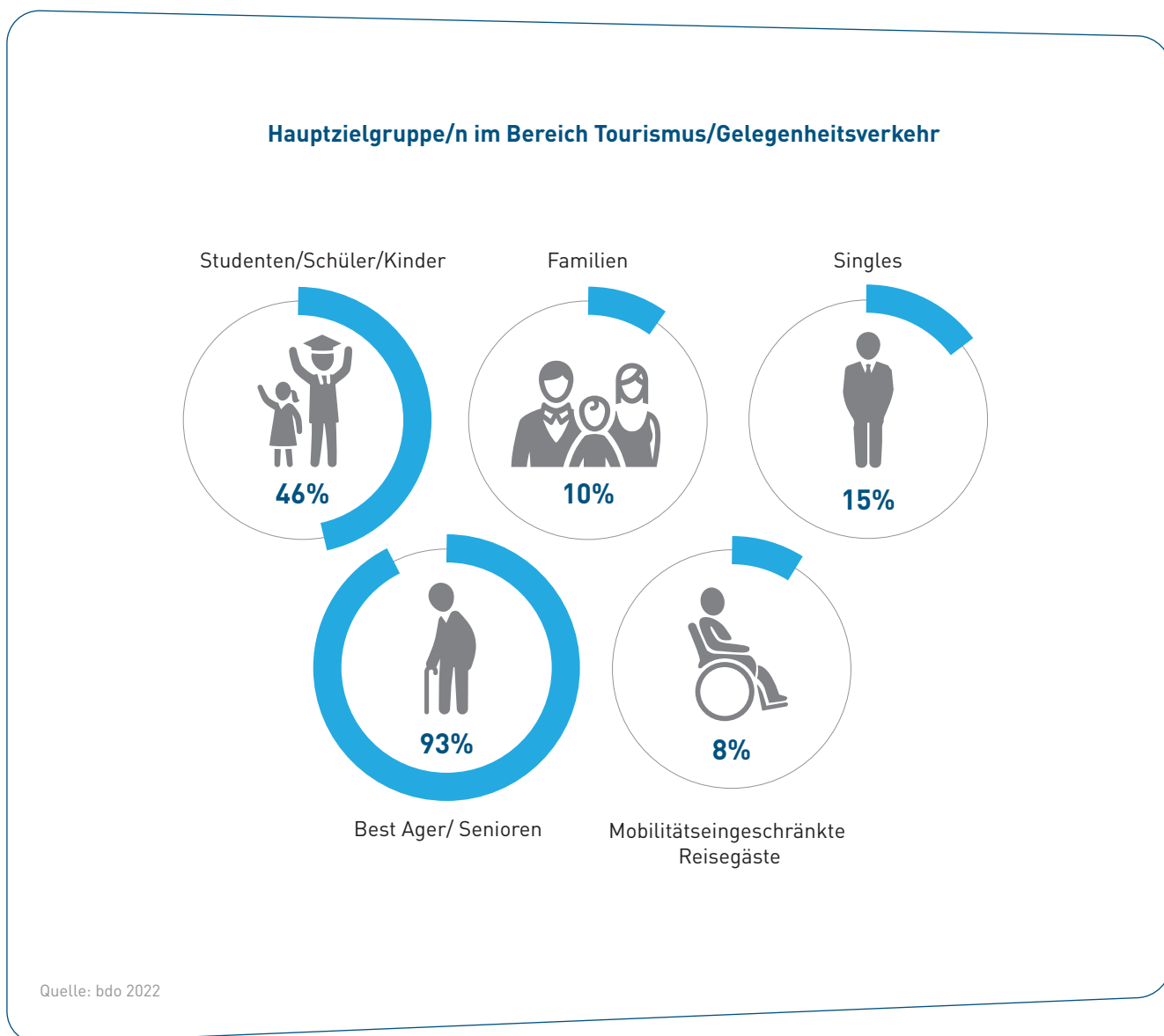


Abb. 15: Hauptzielgruppen Bustourismus

Zielgruppen mit Potenzial

Die befragten Busunternehmen sind sich mehrheitlich einig, dass **Best Ager (Senioren)** das größte Potenzial aufweisen (**81%**). Eine weitere wichtige Zielgruppe mit rund **42%** bleiben auch die **Studentinnen und Studenten sowie Schülerinnen und Schüler**. Die **Singles** folgen mit einer leichten Abnahme um 7 Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr an dritter Stelle (**26%**). Die **Familien** folgen dahinter (**18%**) und das geringste Potential wird bei den **mobilitätseingeschränkten Reisegästen** gesehen (**13%**).

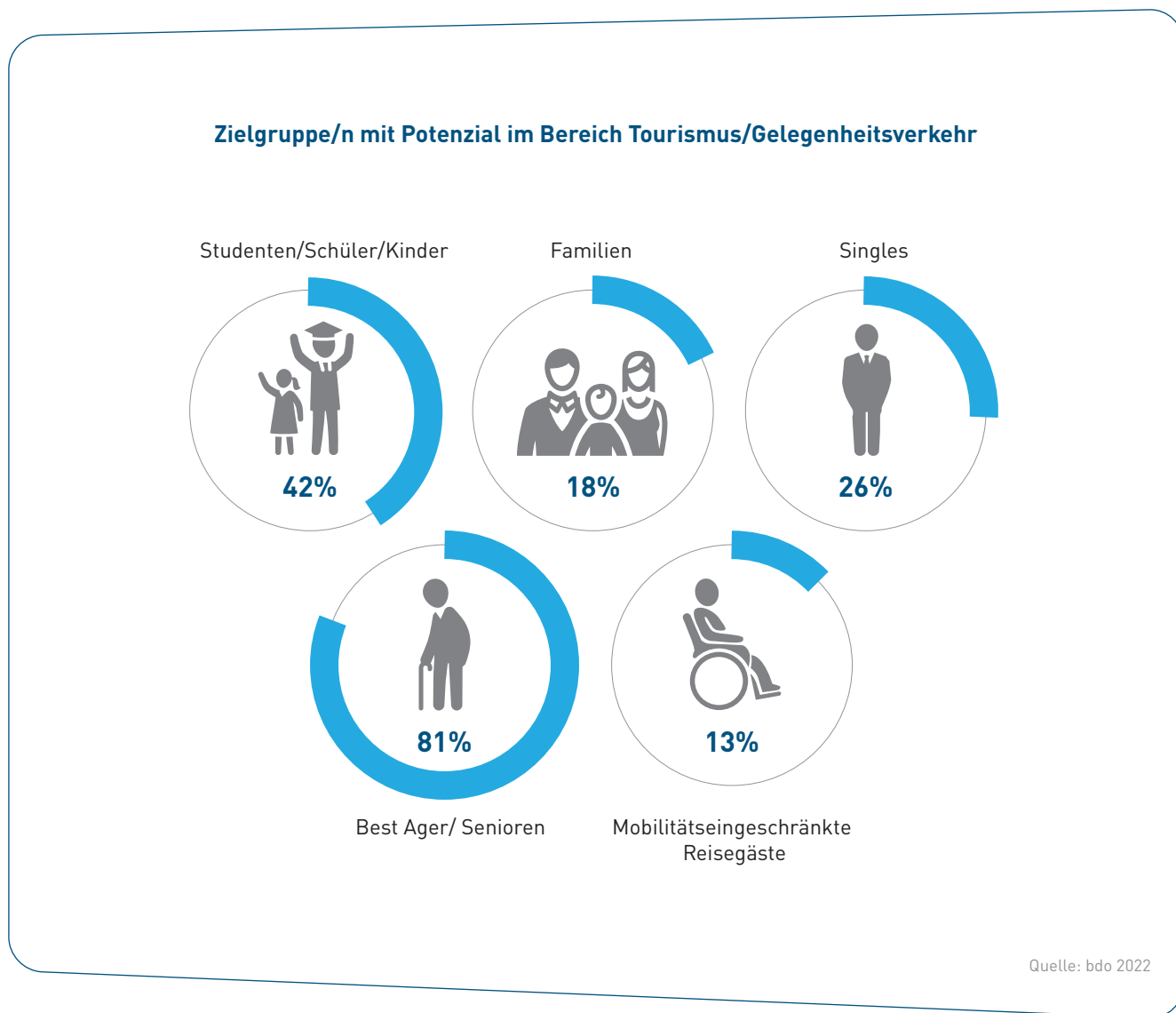


Abb. 16: Zielgruppen mit Potenzial im Bustourismus

Zukunftstrends in der Bustouristik/im Gelegenheitsverkehr

Im Vergleich zum letzten Jahr, hat die zukünftige Bedeutung von **Kurz- und Tagesreisen** bei den befragten Unternehmen in der Bustouristik wieder zugenommen (**2019: 76%; 2020: 69%; 2021: 79%**). Dies könnte in der allgemein verkürzten Reise-Intensität der Bundesbürger während der Corona-Pandemie begründet sein. Die **Aktivurlaubsreisen** landen im Vergleich zum Vorjahr wieder an zweiter Stelle und scheinen aber weiter an Bedeutung zu verlieren (**2019: 16%; 2020: 25%; 2021: 23%**). Der darauffolgende **Gesundheitstourismus** verzeichnet ebenfalls mit **20%** einen kleinen Abwärtstrend hinsichtlich seiner zukünftigen Bedeutung (**2019: 13%; 2020: 24%**). Auch bei den **Eventreisen** (**2019: 31%; 2020: 19%; 2021: 17%**) und den **Luxusreisen** (**2019: 14%; 2020: 13%; 2021: 13%**) scheinen die befragten Unternehmen ebenfalls kein ansteigendes Interesse wahrzunehmen. Das Schlusslicht bilden die **Familienurlaubsreisen** mit **4%** (**2020: 5%**).

Gemäß dieser Umfrage sind mit einem Rückgang von einem Prozent im Vergleich zum Vorjahr rund 79% davon überzeugt, dass die Anzahl an **Inlandsreisen** steigen wird. Bei den **Auslandsreisen** ist ein kleiner Anstieg zu verzeichnen (**2020: 5%; 2021: 8%**). Ausschlaggebender Grund hierfür könnte sein, dass durch die strengen coronabedingten Reiserestriktionen der letzten Zeit mit einem höheren Kundenwunsch nach Auslandsreisen gerechnet wird.

Wie bereits im Vorjahr rechnen die Unternehmen mehrheitlich mit **sinkenden Fahrgastzahlen**. Knapp 68% der Befragten sehen diesen Negativtrend. Mit einer Steigerung von rund 4% gehen mehr Busunternehmen von **steigenden Fahrgastzahlen** gegenüber dem Vorjahr aus (**11%**).

Die Bedenken, dass die **Anzahl der Stornierungen aufgrund von einer steigenden Terrorgefahr in Europa** sich vervielfachen könnten, sind wieder gesunken (**2019: 16%; 2020: 24%; 2021: 17%**). Trotzdem rechnen die Befragten mit einer Erhöhung der Stornierungen. Aufgrund der Pandemie gehen rund **81%** davon aus, dass die Stornierungen bei erhöhtem Infektionsrisiko steigen könnten.

Die **Nachfrage nach digitalen Angeboten** wie High-Speed-Internet, Streamingangeboten etc. scheinen aus Sicht der Teilnehmenden keinen geeigneten Zukunftstrend darzustellen. Lediglich rund 10% sehen hier einen Zukunftstrend. Auch die **Digitalisierung als Chance für den eigenen Betrieb** wird von der Bustouristik immer noch kritisch gesehen (**Befürworter: 2020: 20%; 2021: 24%**).

Die Befürchtungen hinsichtlich eines **Problems mit Overtourism-Destinationen** (z.B. durch unzufriedene Gäste, Preissteigerung, verstopfte Straßen, etc.) sind im Vergleich zum Vorjahr um 3 Prozentpunkte auf rund **30%** gestiegen. Im Zuge dessen setzten das Thema **Nachhaltigkeit** in Form von umweltschonender Programmplanung bereits **53%** um. Die **Fridays for Future Bewegung** hingegen wird nach wie vor von nur wenigen als Chance für das eigene Geschäft gesehen (**2020: 9%; 2021: 7%**). Rund **10%** sehen derzeit eine Chance in **alternativen Antriebsmöglichkeiten** für ihr Geschäft. In den **kommenden 5 Jahren** können sich nur **3%** der Unternehmen vorstellen, ihre **Fahrzeuge im Betrieb vollständig und gleichwertig ersetzen** zu können. Laut einer starken Mehrheit (**94%**) mangelt es noch an den geeigneten **Voraussetzungen, um alternative Antriebe wirtschaftlich zu betreiben**. **69%** sprechen sich für eine **bessere Förderung bei der Anschaffungen und den Aufbau der Infrastruktur** aus, damit alternative Antriebe Realität werden können. Außerdem mangelt es an **passenden Fahrzeugen am Markt** (**79%**).

Herausforderungen in der Bustouristik/im Gelegenheitsverkehr

Wie bereits in der letzten Konjunkturumfrage, ergeben sich auch bei dieser Umfrage die größten Herausforderungen durch die Corona-Krise. Zur **Stabilisierung des Personenverkehrs** plädiert die Hälfte der Unternehmen nach wie vor **für ein klares Bekenntnis der Politik zum Bus und seiner Bedeutung für die Verkehrswende (2020: 57%; 2021: 52%)**. **18%** fordern außerdem einen **Bürokratieabbau** und **18%** sind für den **Abbau finanzieller Vorteile für den Pkw- und Flugverkehr**. Auch die **Senkung der Mehrwertsteuer von 19 auf 7%**, gilt für rund **14%** der Bustouristiker:innen als geeignetes Instrument zur Stabilisierung (keine Mehrfachnennung möglich).

Mit der **Unterstützung durch die Bundesregierung in der Corona-Krise** sind **58%** der Unternehmen zufrieden. Gleichzeitig wünschen diese sich aber mehr Unterstützung. Außerdem kritisieren **22%** der Befragten die Unterstützung und geben an, dass sie weitgehend allein gelassen werden. Dies könnte vor allem seitens der Mischbetriebe bemängelt worden sei, da diese keine Unterstützung durch die Überbrückungshilfen erhalten.

Die Mehrheit ist sich weiterhin einig, dass die **hervorragende Umweltbilanz des Busses in den aktuellen politischen Rahmenbedingungen nicht angemessen berücksichtigt** wird (**2020: 87%; 2021: 88%**). Außerdem wäre für rund **87%** die Folgen einer **Busmaut** negativ.

Der **Fahrermangel** stellt eine weitere zukünftige und andauernde Herausforderung dar. **59%** der Unternehmen geben an, dass bei Ihnen bereits ein **Fahrermangel vorherrscht** (2020: 50%). Dieser wirkt sich bereits bei **68%** dieser Betriebe gravierend auf die betriebliche Tätigkeit aus (indem z.B. Fahrten nicht angeboten werden können). Außerdem hat sich der **Mangel in den letzten 12 Monaten bei 70%** der touristischen Busunternehmen weiter verschärft.

Weitere Entwicklungen, die die Bustouristiker:innen befürchten und sie vor große Herausforderungen stellen würden, sind die **steigenden Energiepreise** und die **Erhöhung des CO₂-Preises auf Benzin und Diesel**. **70%** der Unternehmen sehen die steigenden Energiepreise als zukünftige Hürde und fast **80%** der Unternehmen rechnen mit deutlichen oder schwerwiegenden Auswirkungen durch den steigenden CO₂-Preis.

Auch **der zunehmende administrative und finanzielle Aufwand in einigen Ländern** wirkt sich für **83%** auf die **Destinationswahl bei der Konzipierung einer Reise beziehungsweise Reiseroute** aus. Dies können zum Beispiel die steigenden Einfahrtsgebühren in Städten, verschiedene Mehrwertsteuerbestimmungen oder die Einführung von Mindestlohn- und Entsenderegelungen sein. Die **unterschiedlichen und zunehmend komplizierten Mehrwertsteuerregelungen in verschiedenen EU-Mitgliedstaaten** belasten die Unternehmen ebenfalls weiterhin (**2020: 56%; 2021: 55%**).

Ebenfalls sorgen sich zahlreiche Unternehmen um die Einführung von **Dieselfahrverboten (56%)** in Städten und Regionen, die zusätzlich sehr unterschiedlich geregelt sind und die Busunternehmen dementsprechend noch mehr verunsichern. Hinzu kommt die **wachsende Anzahl an unterschiedlichen Umweltzonen sowie die Umweltauflagen**, welche etwas mehr als ein Drittel der Bustouristiker:innen verunsichern (**36%**).

Prognose – Ausblick: Weniger optimistisch

Die allgemeine Geschäftslage für das Jahr 2022 wird dieses Mal mit **26%** weniger positiv eingeschätzt im Vergleich zum Vorjahr. Fast die Hälfte der befragten Unternehmen geht von einer ähnlichen Lage wie im Jahr 2021 aus (**46%**). Trotz dieser wenig optimistischen Stimmung ist der Anteil der Betriebe, die ein negatives Geschäftsjahr prognostizieren auf **28%** gesunken. Damit bleibt der Saldo mit **-2 Prozentpunkten** noch knapp im negativen Bereich.

Zu unterscheiden ist die Prognose bei den drei Unternehmensgrößengruppen. Es zeigt sich, dass mit steigender Unternehmensgröße die Anzahl der optimistischen Prognosen ebenso wächst (**K: 24%; M: 26%; G: 33%**).

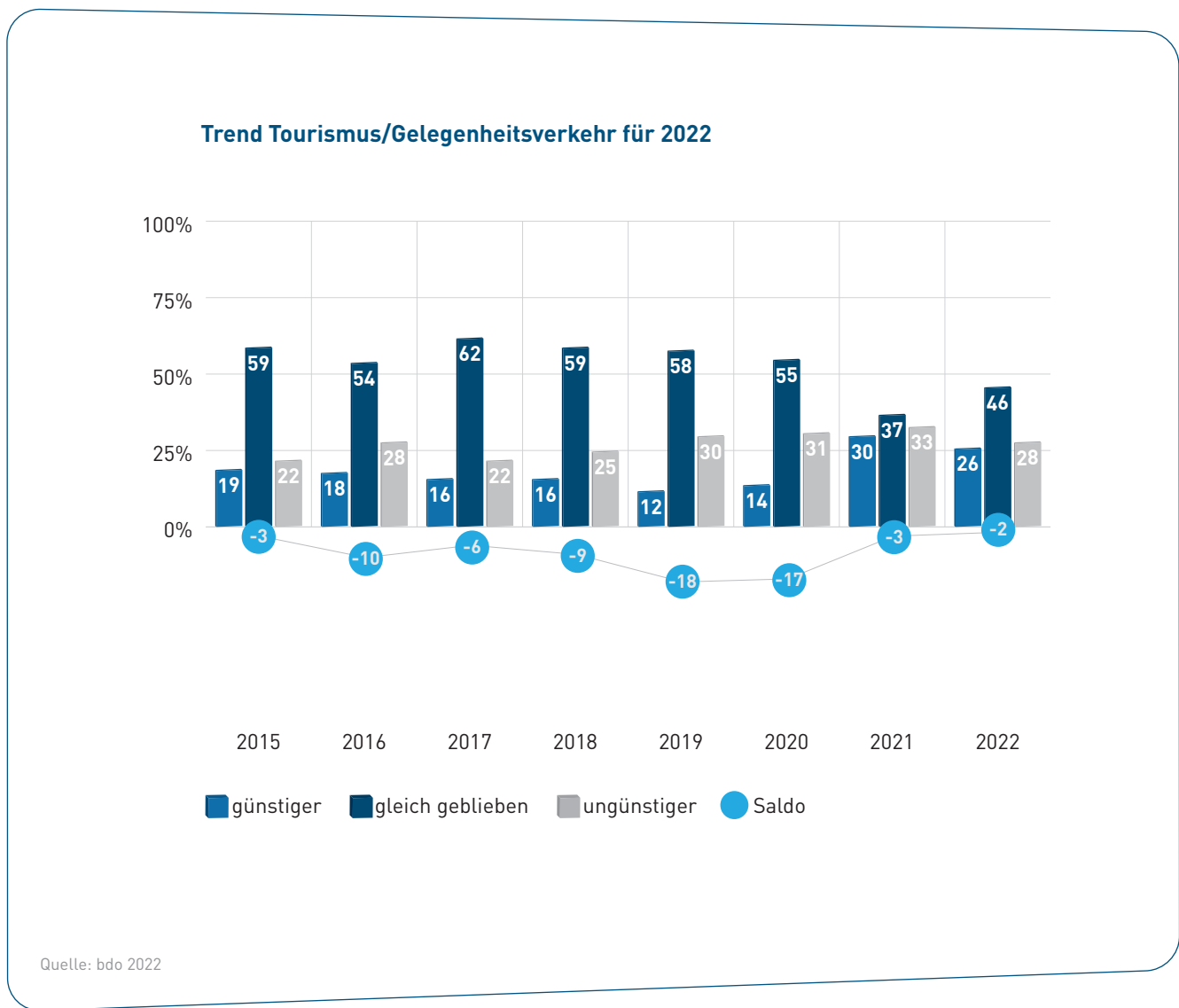


Abb. 17: Prognose 2022 zum Bustourismus

2. Öffentlicher Personennahverkehr

Wie bereits bei der letzten Befragung, haben auch dieses Mal zum größten Teil ÖPNV-Unternehmen, die als Subunternehmen tätig sind, an der bdo-Konjunkturumfrage teilgenommen (**59%**). **38%** verfügen über eine Konzession und **4%** führen den Betrieb mit einer eigenen Beteiligung.

Geschäftslage: Zufriedenheit steigt

Die Beurteilung der allgemeinen Geschäftslage der Busunternehmen des öffentlichen Personennahverkehrs bessert sich 2021 im Vergleich zum Vorjahr. **16%** der Unternehmen bewerten das Jahr günstig. Damit steigt die Zufriedenheit um **7 Prozentpunkte**. Gleichzeitig ist der Anteil der unzufriedenen Bewertungen um 28 Prozentpunkte auf **37%** gesunken. Damit verbessert sich der Saldo, bleibt aber im negativen Bereich (**-21 Prozentpunkte**).

Bei Unterscheidung nach der Unternehmensgröße ist auffällig, dass mit steigender Größe auch die Zufriedenheit zunimmt. Während bei kleinen (bis 5 Busse) Unternehmen rund **10%** die Geschäftslage als günstig bewerten, steigt die Zufriedenheit bereits bei den mittelgroßen Unternehmen (6 – 20 Busse) auf **14%**. Die großen Unternehmen (mehr als 20 Busse) beurteilen die Geschäftslage 2021 am positivsten (**21%**).

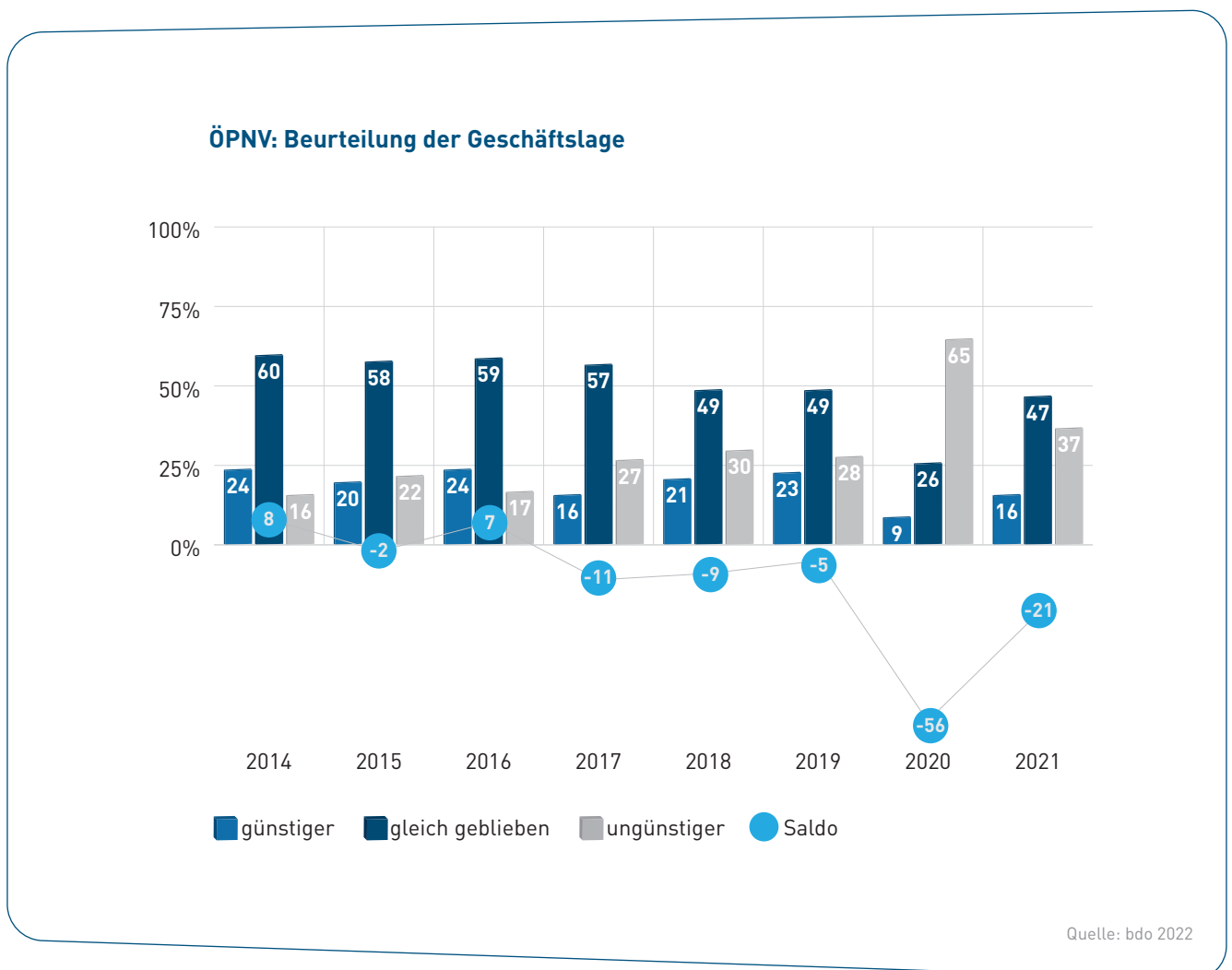


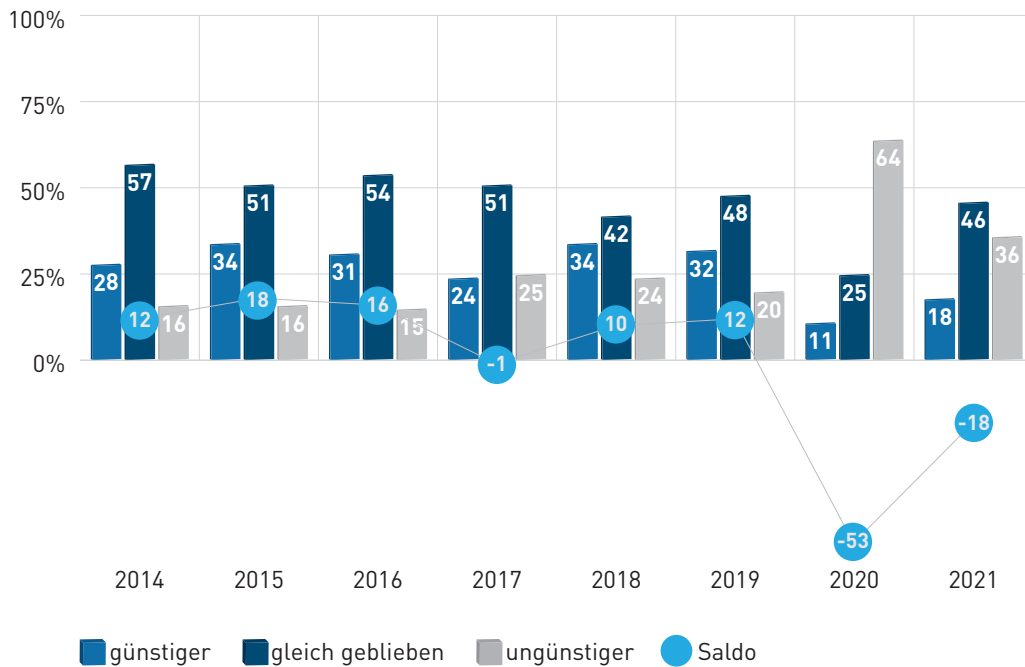
Abb. 18: Geschäftslage des ÖPNV

Umsatzentwicklung: Nur bedingte Verbesserung

Im Vergleich zum Vorjahr ist wieder ein kleiner Anstieg bei den Unternehmen mit einer günstigeren Umsatzentwicklung ermittelbar **(18%)**. Fast die Hälfte der Teilnehmenden rechnet mit einer gleichbleibenden Umsatzentwicklung im Vergleich zum vorherigen Geschäftsjahr **(47%)**. Jedoch ist in Anbetracht der pandemischen Lage dieser Zuwachs um 21 Prozentpunkte nur bedingt als positive Entwicklung zu bewerten. Mit **36%** verzeichnen mehr als ein Drittel der Unternehmen weiterhin Umsatzeinbußen. Damit bleibt der Saldo mit **-18 Prozentpunkten** weiterhin im negativen Bereich.

Der prozentuale Anteil mit einer schlechteren Umsatzentwicklung fällt für kleine Unternehmen (bis 5 Busse) am höchsten aus und sinkt mit steigender Unternehmensgröße **(K: 39%; M: 37%; G: 34%)**. Beim Umsatzzuwachs ist kein eindeutiger Trend abhängig von der Unternehmensgröße erkennbar. **20%** der kleinen Betriebe, **13%** der mittelgroßen Unternehmen (6-20 Busse) und **22%** der großen Unternehmen (mehr als 20 Busse) bewerten die Entwicklung als günstiger.

ÖPNV: Beurteilung der Umsatzentwicklung



Quelle: bdo 2022

Abb. 19: Umsatzentwicklung des ÖPNV

Gewinnentwicklung: Trotz leichtem Anstieg - Stimmung weiterhin düster

Auch wenn mit einem Anstieg von rund 3 Prozentpunkten auf **12%** sich der Anteil der Unternehmen mit einer günstigeren Gewinnentwicklung erhöht hat, verzeichnen weiterhin mehr als die Hälfte der Befragten Gewinneinbußen (**55%**). Daraus ergibt sich ein negativer Saldo von **-43 Prozentpunkten**.

Den höchsten prozentualen Anteil an einer günstigeren Entwicklung haben die großen Unternehmen (mehr als 20 Busse) und mit sinkender Größe sinkt auch die Gewinnentwicklung (**K: 10%; M: 11%; G: 15%**). Insgesamt ist unabhängig von der Unternehmensgröße jedoch noch keine konkrete Erholung der Gewinnentwicklung zu erkennen.

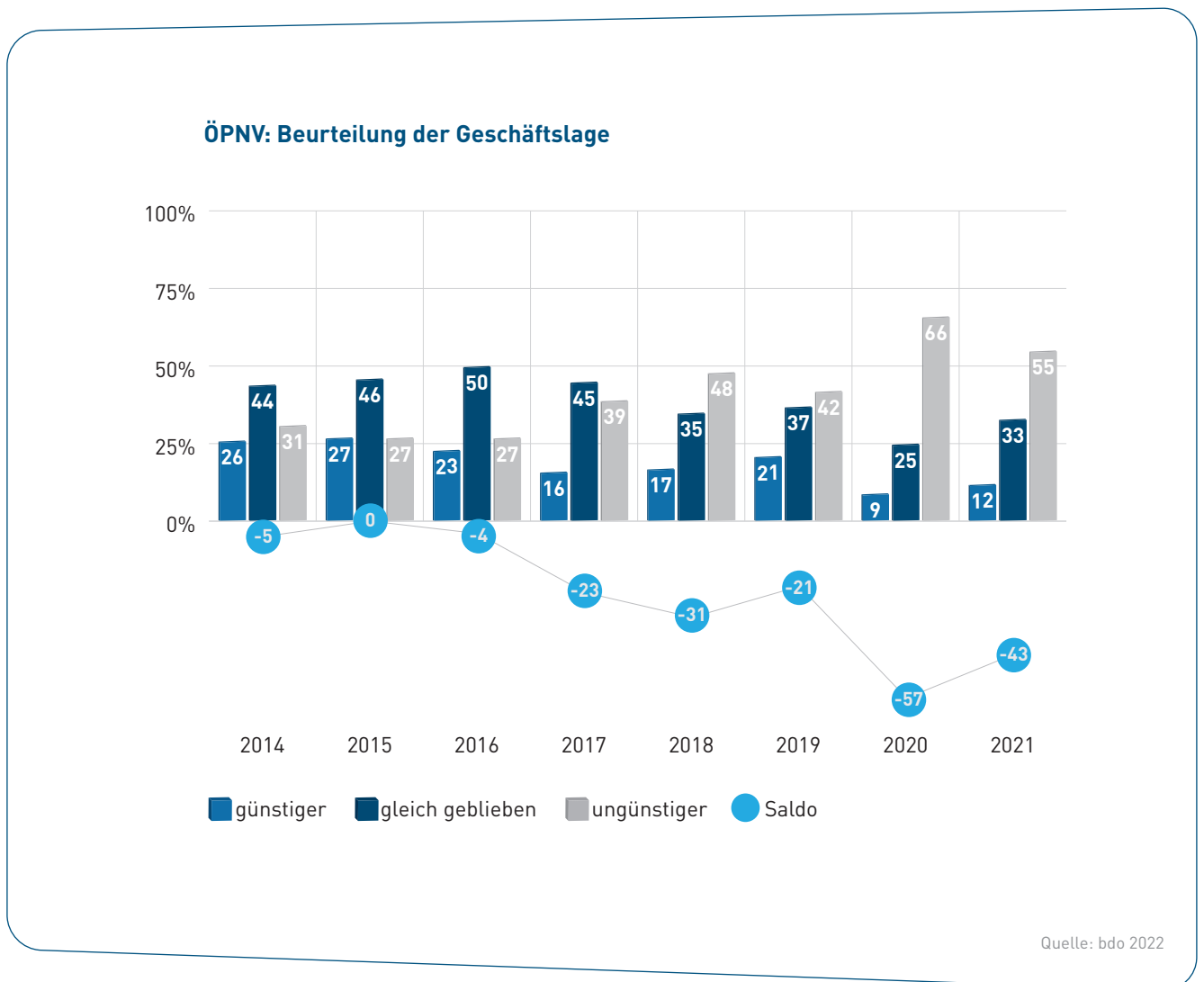


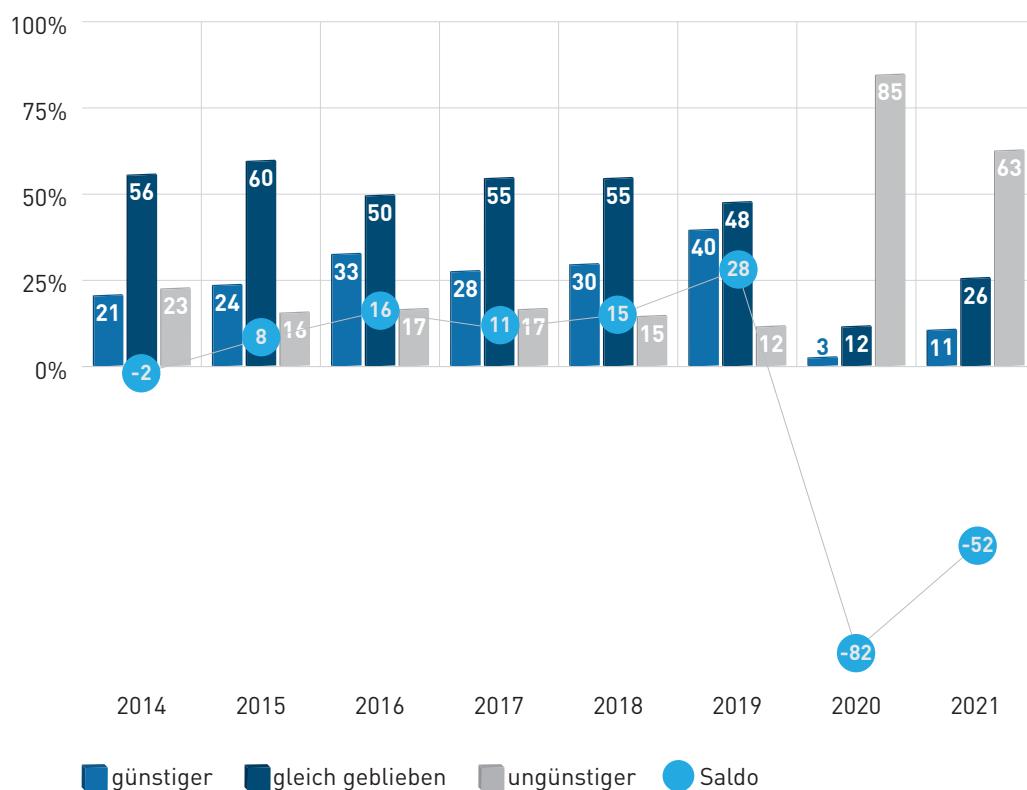
Abb. 20: Gewinnentwicklung des ÖPNV

Fahrgastzahlen: Anzahl steigt minimal

Nach einem vorher noch nie verzeichneten Tiefpunkt, ergibt sich ein leichter Anstieg hinsichtlich der Fahrgastzahlen. **11%** der Unternehmen geben steigende Fahrgastzahlen an und bei rund **26%** ergibt sich eine gleichbleibende Entwicklung der Fahrgastzahlen. Jedoch gehören niedrigere Fahrgastzahlen nach wie vor bei über der Hälfte der Unternehmen zum Jahresgeschäft (**63%**). Damit bleibt der Saldo mit **-52 Prozentpunkten** im negativen Bereich.

Besonders viele mittelgroße Busunternehmen (5 bis 20 Busse) und große Busunternehmen (mehr als 20 Busse) stellen eine negative Entwicklung der Fahrgastzahlen fest (**K: 49%; M: 62%; G: 68%**).

ÖPNV: Entwicklung der Fahrgastzahlen



Quelle: bdo 2022

Abb. 21: Fahrgastzahlen des ÖPNV

Trends im ÖPNV

Aktuelle Hauptzielgruppen

Weiterhin bleiben die **Studentinnen und Studenten sowie Schülerinnen und Schüler bzw. Kinder** mit **97%** mit weitem Abstand die Hauptzielgruppe im ÖPNV-Segment. Auch die **Best Ager** (Senioren) sind mit **38%** weiterhin auf dem zweiten Platz im Ranking. Danach folgen die **mobilitätseingeschränkten Kunden (26%)**, die **Familien (12%)** und die **Singles (11%)**.

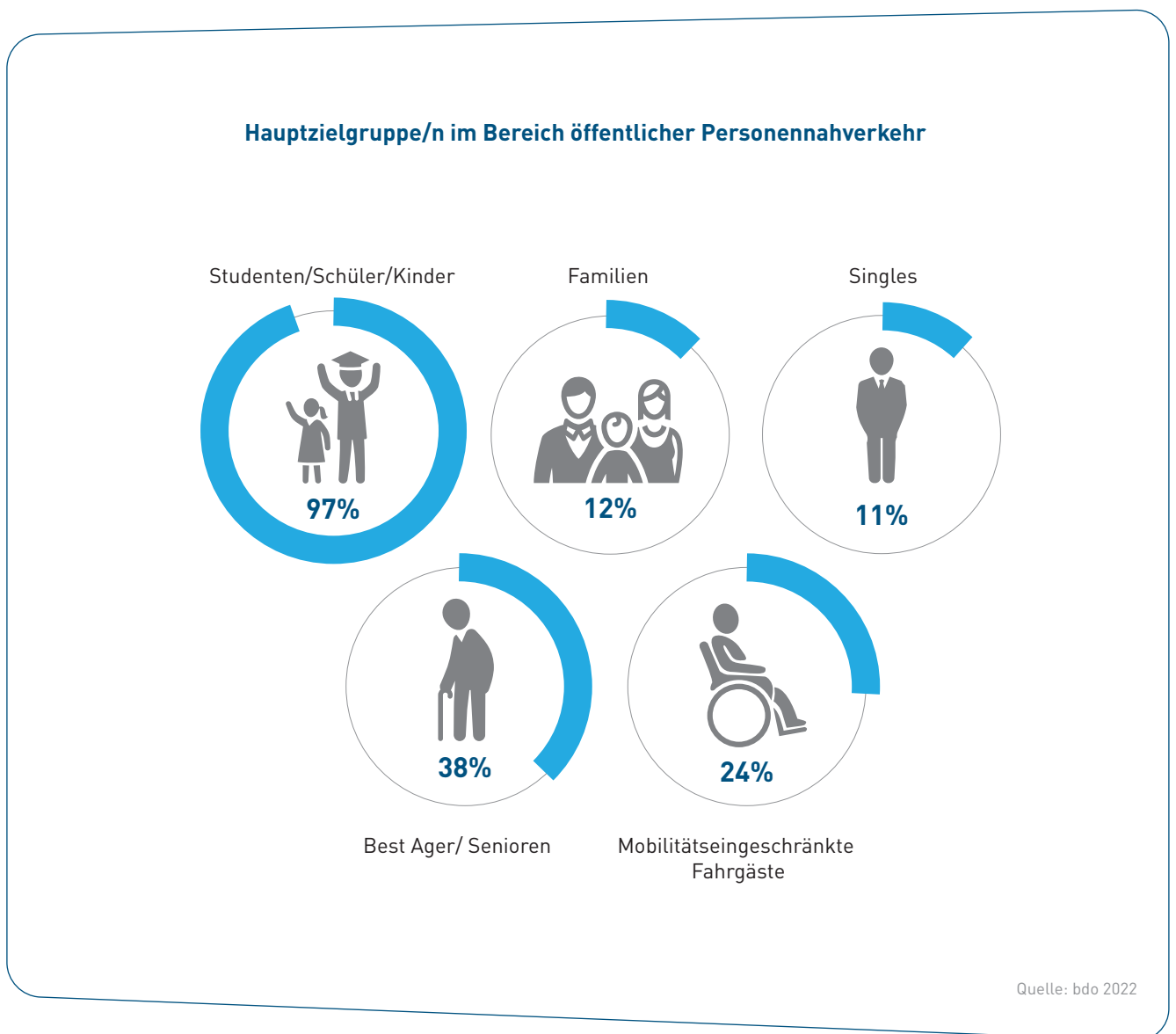


Abb. 22: Hauptzielgruppen ÖPNV

Zielgruppen mit Potenzial

Mit rund **60%** liegt der größte Fokus auf den **Studentinnen und Studenten sowie Schülerinnen und Schüler** knapp vor den **Best Ager** (Senioren) mit **59%**. Danach folgen die **Familien** mit rund **40%** sowie die **mobilitäts-eingeschränkten Kunden** mit **34%**. Das geringste Potential wird für die Kundengruppe der **Singles** mit **25%** prognostiziert.

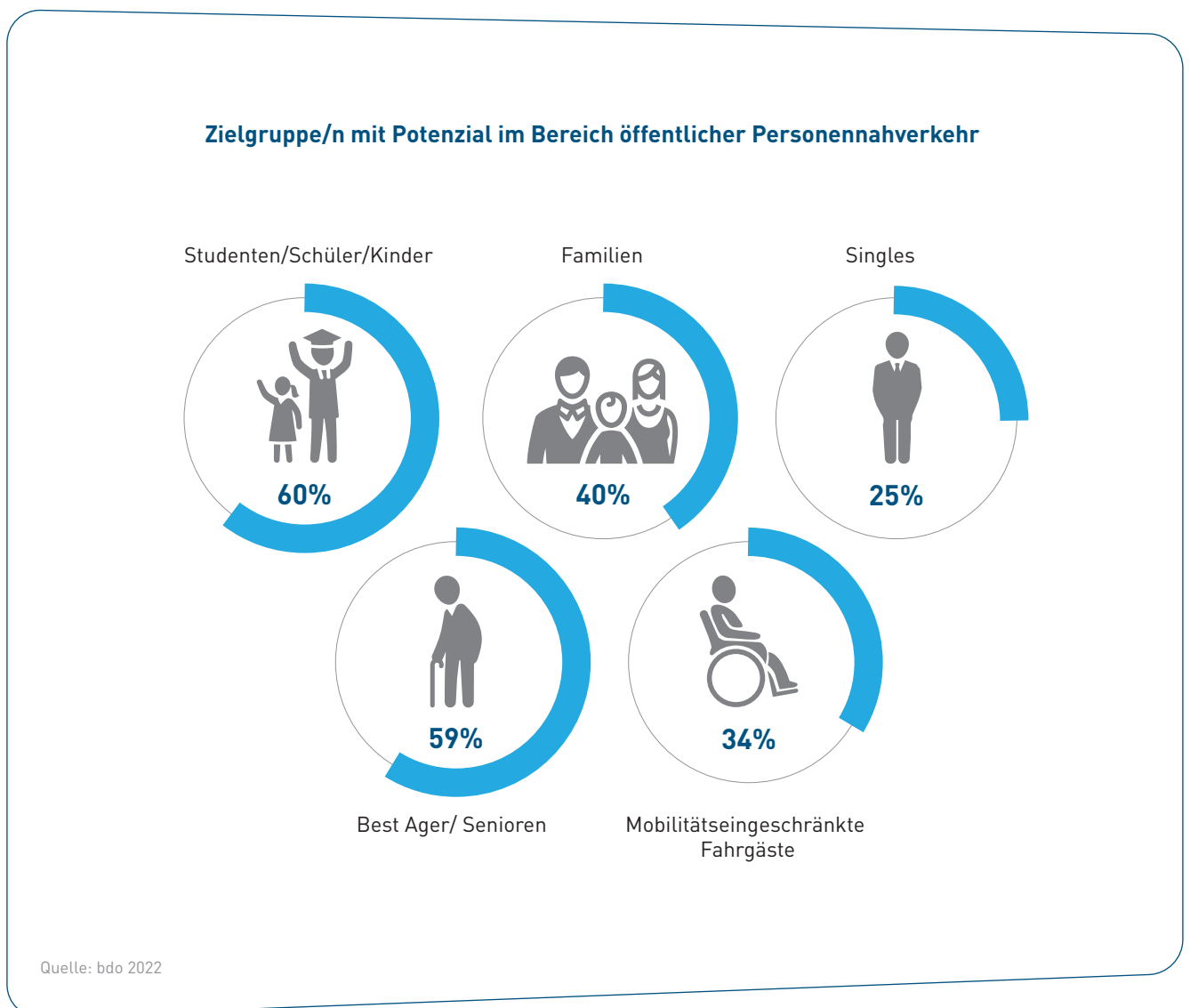


Abb. 23: Zielgruppen mit Potenzial im ÖPNV

Zukunftstrends im öffentlichen Personennahverkehr

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

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

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

78% der Unternehmen befürworten eine Erhöhung der Regionalisierungsmittel. Lediglich **4%** halten dies für nicht nötig. **18%** haben sich noch keine Gedanken zu den Regionalisierungsmitteln gemacht.

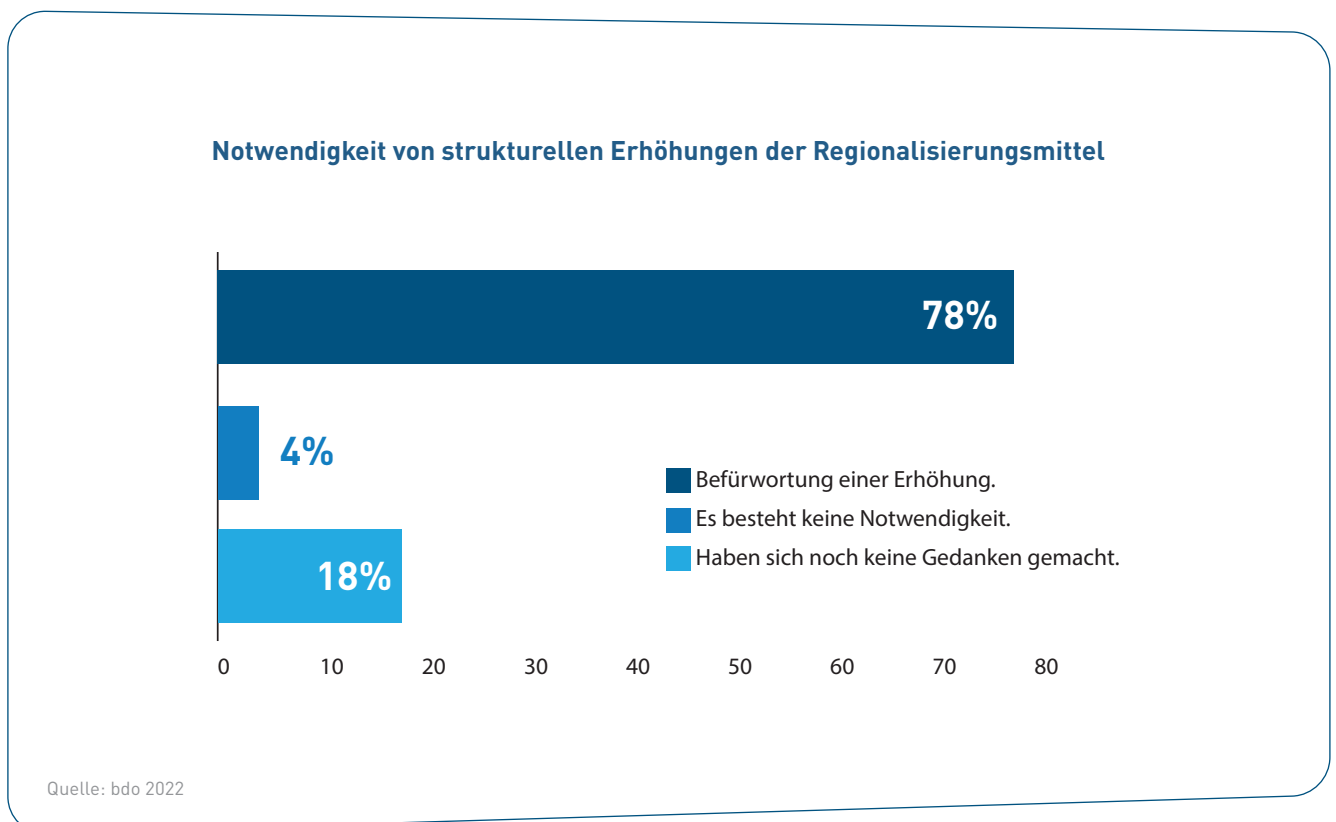


Abb. 24: Erhöhung der Regionalisierungsmittel im ÖPNV

Die Bedeutung der **Nachhaltigkeit** in den Unternehmen ist im Vergleich zu den letzten beiden Jahren mit **44%** gleich hoch geblieben (2019: 44%; 2020: 44%). Diese Betriebe setzten bereits durch umweltschonende Programmplanung das Thema um. Allerdings sehen rund **68%** der Befragten keine Chance in der „**Fridays for Future**“ **Bewegung**. Das Interesse an **alternativen Antriebsmöglichkeiten** wächst weiterhin. **32%** der Betriebe sehen darin eine Chance **für ihr eigenes Geschäft** (2019: 25%; 2020: 29%). Allerdings sind sich die Teilnehmenden im ÖPNV-Segment weiterhin einig, dass die **Voraussetzungen alternative Antriebe** wirtschaftlich zu betreiben noch nicht existieren (**2020: 84%; 2021: 91%**). Die meisten der Unternehmen sehen weiterhin die Notwendigkeit einer besseren **Förderung bei der Busanschaffung und beim Aufbau der Infrastruktur** zur Umsetzung (**88%**). Außerdem fordern über die Hälfte der Unternehmen **mehr Unterstützung durch die Aufgabenträger**, damit die alternativen Antriebe Realität werden können (**60%**). Damit sehen nur **3%** einen **vollständigen und gleichwertigen Ersatz der Dieselfahrzeuge in den kommenden 5 Jahren**.

Die **Digitalisierung** als Chance für das Geschäft wird im Jahr 2021 wieder geringer eingeschätzt als im Vergleich zum Vorjahr (**2019: 24%; 2020: 38%; 2021: 25%**).

Herausforderungen im öffentlichen Personennahverkehr

Der **Fahrermangel** beschäftigt ebenfalls das Segment des öffentlichen Personennahverkehrs. Mit einer gravierenden Steigerung im Vergleich zum Vorjahr, verzeichnet derzeit mit rund 73% eine deutliche Mehrheit der Unternehmen einen Fahrermangel (2020: 42%). Ein Großteil davon kann bereits aufgrund der Situation teilweise bestimmte **Fahrten nicht mehr anbieten (67%)**. Die **Verstärkung des Mangels innerhalb der letzten 12 Monate** beklagen rund **76%** der Befragten.

Eine weitere Herausforderung sehen die Unternehmen in der drohenden **Busmaut. 69%** rechnen mit negativen Folgen bei Einführung dieser Maut.

Bei Betrachtung der Umsatz-, Gewinn- und Fahrgastentwicklung hat die Corona-Krise auch das ÖPNV-Segment stark getroffen. Damit wieder mehr Fahrgäste für den ÖPNV nach der Pandemie gewonnen werden können, stimmen rund **44% für einen deutlichen Angebotsausbau im ÖPNV**. Außerdem geben **20%** der Befragten eine **Senkung der Fahrkartenpreise** als weiteres geeignetes Instrument an. Sowohl die **Einfahr- und Zugangsbeschränkungen für Pkw** als auch die **Reduzierung der Vorteile für den Pkw** (bspw. Pendlerpauschale) sind für **12%** weitere Mittel zur Steigerung der Fahrgastzahlen.

Die **steigenden Energiepreise** werden von **79%** der Befragten kritisch betrachtet. Außerdem **wird eine Anhebung der Dieselsteuer** mit einer Steigerung von 11 Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahr von den Unternehmen mehrheitlich kritisch gesehen (**65%**). Wie auch im Gelegenheitsverkehr, werden die Folgen der **Erhöhung des CO₂-Preises** deutlich bis schwerwiegend für den öffentlichen Personennahverkehrs bewertet (**73%**). Der CO₂-Preis führe zu erheblich steigenden Kosten und damit verbunden, zu sinkender Wettbewerbsfähigkeit.

Allerdings rechnen immer weniger Unternehmen im Vergleich zu den vorherigen Jahren damit, dass die **Zunahme der Umweltzonen** eine weitere zukünftige Hürde darstellen könnte (**2020: 26%; 2021: 22%**). **45%** sehen wiederum die **Einführung von Dieselfahrverboten** in Städten und Regionen für die eigne betriebliche Entwicklung als Herausforderung.

Mehr als die Hälfte der Teilnehmenden ist der Ansicht, dass der **Vorrang der Eigenwirtschaftlichkeit, wie er im PBefG klar formuliert ist, in den Kommunen nicht ausreichend** berücksichtigt wird (**2020: 54%; 2021: 55%**).

Für rund **46%** gelten die **bestehenden gesetzlichen Rahmenbedingungen** weiterhin als Hürde. Zudem finden etwas mehr als ein Drittel die derzeitigen **Sozialvorschriften** bedenklich (**37%**). Hinsichtlich des zunehmenden Aufwands bezüglich der **Mindestlohngesetze und Entsendevorschriften im Ausland**, die speziell die Verkehre in Grenzregionen betreffen, sorgen sich mit einer deutlichen Steigerung im Vergleich zum Vorjahr rund **45%** der Unternehmen (2020: 26%).

Weitere Herausforderungen für die Unternehmen sind: die **geltende Datenschutzgrundverordnung (25%)**, der **Wegfall der Fahrzeugförderung (2020: 43%; 2021: 44%)**, **Verdrängung durch Konkurrenzanbieter (2020: 32%; 2021: 34%)** und die **Konkurrenz durch Anbieter neuer digitaler Mobilitätsdienstleistungen (2020: 20%; 2021: 20%)**. Die **unterschiedlichen und zunehmend komplizierteren Mehrwertsteuerregelungen in verschiedenen EU-Mitgliedstaaten** werden von rund **31%** der Befragten ebenfalls als Hürde prognostiziert.

Die kritische Betrachtung des **demografischen Wandels** sinkt mit den Jahren und macht sich nur teilweise bemerkbar (**2019: 31%; 2020: 22%; 2021: 20%**).

Prognose – Ausblick: Optimismus kaum zu erkennen

Niedrige Fahrgastzahlen, Umsatzeinbußen und eine nur minimal steigende Gewinnentwicklung führen zu äußerst verhaltenem Optimismus. Mehr als die Hälfte der Unternehmen rechnet mit dem gleichen Verlauf des Geschäftsjahres im Vergleich zum vorherigen (**57%**). Der prozentuale Anteil der Optimisten ist mit **16%** gleich hoch geblieben. Mit einem Rückgang von 11 Prozentpunkten, sind rund **27%** der Betriebe pessimistisch eingestellt. Dieser verhaltene Optimismus in diesem Segment ergibt einen negativen Saldo von **-11 Prozentpunkten**. Die Einschätzung ist somit minimal besser, als im Vorjahr.

Bei Betrachtung der Unternehmensgrößen zeigt sich, dass mit steigender Unternehmensgröße der Optimismus erheblich steigt (**K: 5%; M: 12%; G: 24%**). Außerdem scheinen die großen Unternehmen (mehr als 20 Busse) mit rund **19%** den geringsten Pessimismus aufzuweisen (**K: 30%; M: 34%**).

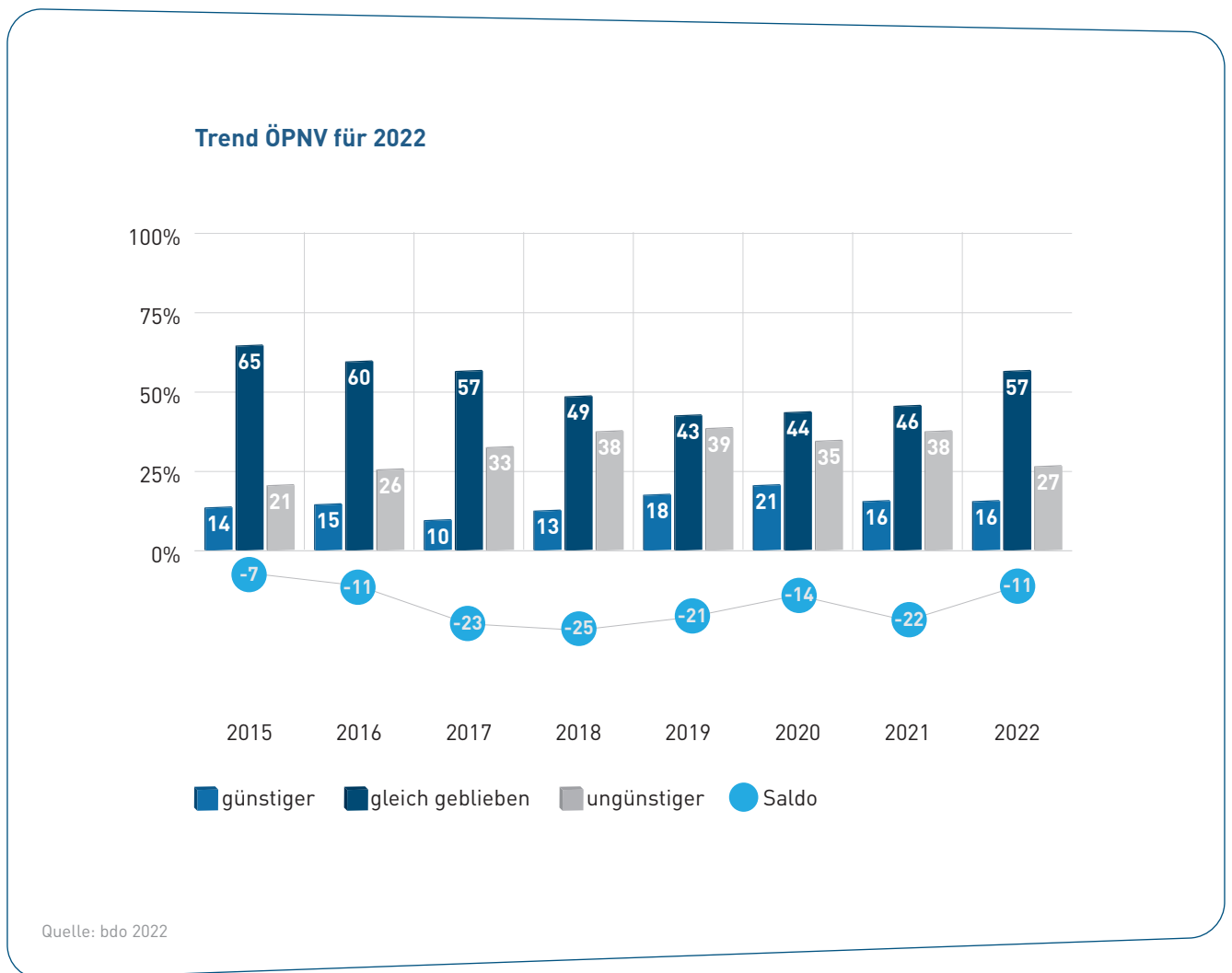


Abb. 25: Prognose 2022 zum ÖPNV

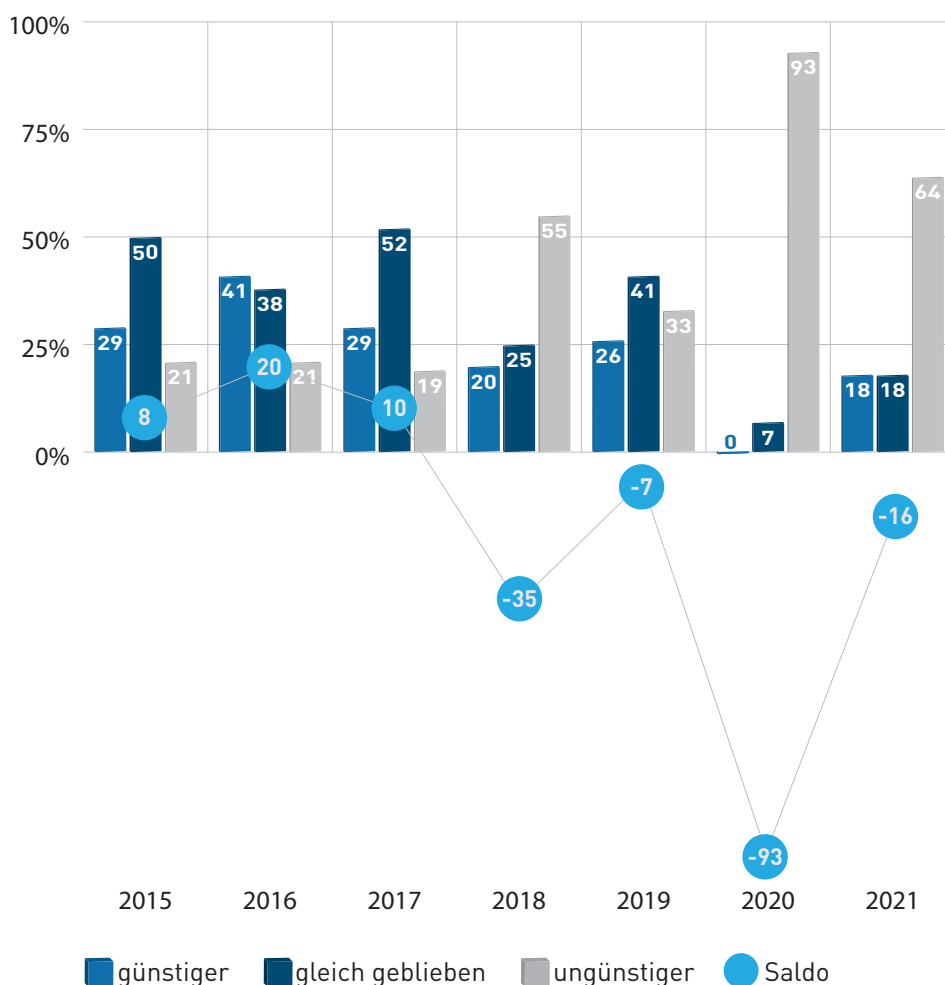
3. Fernlinienverkehr

Die an der bdo-Konjunkturumfrage teilnehmenden Unternehmen aus dem Fernlinienverkehr setzen sich wie folgt zusammen: **82% Subunternehmer:innen** und **18% Konzessionsinhaber:innen**. 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). Die Mehrheit der Unternehmen betreibt jedoch mehr als 20 Busse.

Geschäftslage: Stimmung weiterhin getrübt

Im zweiten Jahr der Corona-Krise beurteilen **64%** der Unternehmen die Geschäftslage des Jahres 2021 im Vergleich zum vorherigen Geschäftsjahr als ungünstiger. Lediglich **18%** der Unternehmen schätzten die Geschäftslage als gleich oder günstiger ein. Damit bleibt die Einschätzung der allgemeinen Geschäftslage mehrheitlich negativ, auch wenn ein knappes Fünftel der Unternehmen eine günstigere Geschäftsentwicklung erwartet.

Fernbuslinienverkehr: Beurteilung der Geschäftslage



Quelle: bdo 2022

Abb. 26: Geschäftslage des Fernlinienverkehrs

Umsatzentwicklung: Tief im Minus

Die Umsatzentwicklung 2021 bewerten die Unternehmen mit deutlicher Mehrheit als negativ. Ebenfalls **64%** der Teilnehmenden gaben an, dass die Umsatzentwicklung ungünstiger war als in 2020. **18%** schätzten sie als gleich geblieben ein und **18%** der Unternehmen konnten eine positive Entwicklung verzeichnen. Damit verbessert sich die Stimmung leicht gegenüber dem Vorjahr.

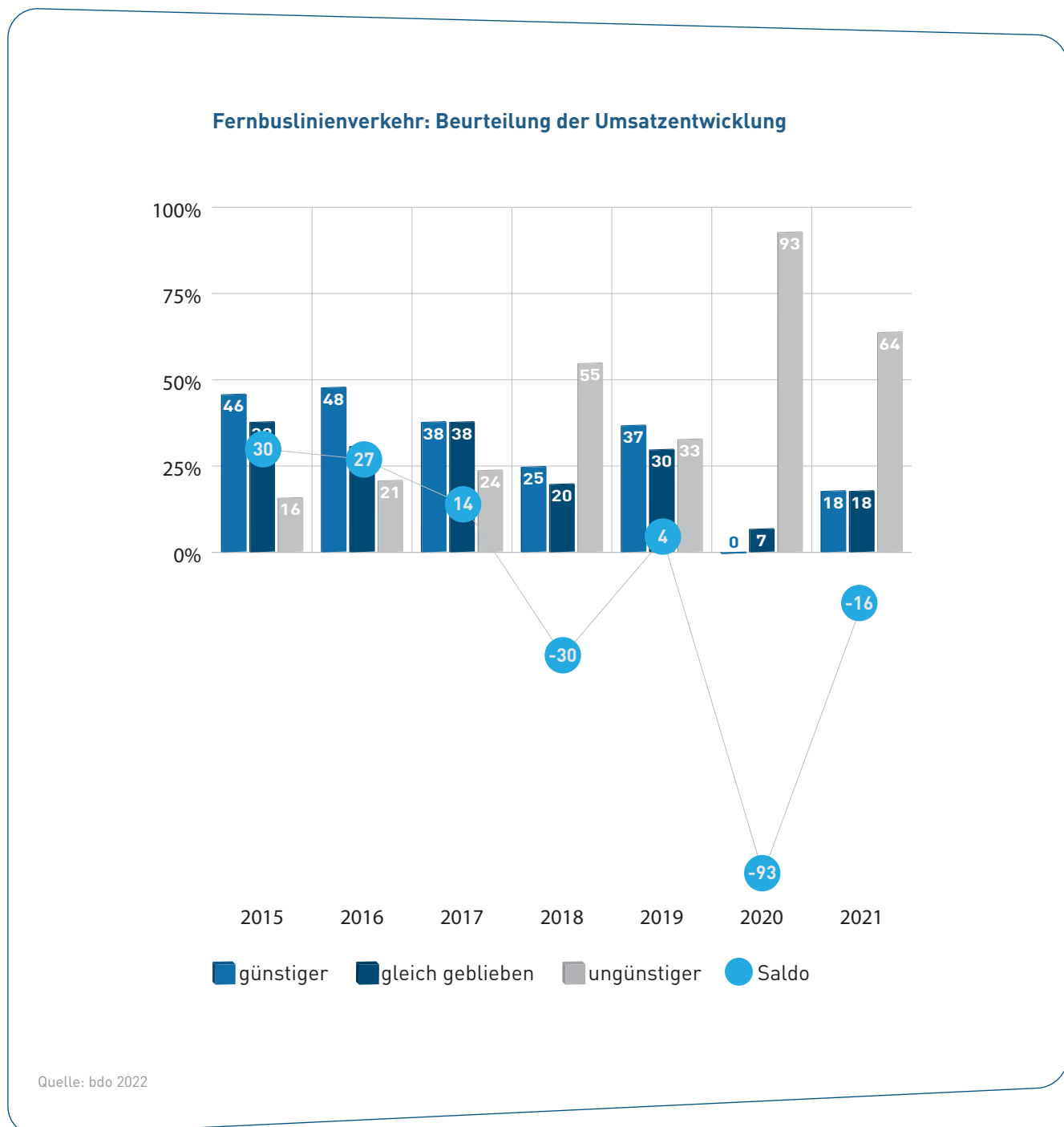


Abb. 27: Umsatzentwicklung des Fernlinienverkehrs

Gewinnentwicklung: Schlechter als die Umsatzentwicklung

Die Gewinnentwicklung wird von den Unternehmen sogar noch negativer als die Umsatzentwicklung eingeschätzt. **82%** der Unternehmen gaben an, dass diese Kennzahl sich ungünstiger als im Vorjahr entwickelt hat. Lediglich **9%** werteten sie als gleichgeblieben oder günstiger. Damit verbessert sich die Stimmung leicht gegenüber dem Vorjahr.

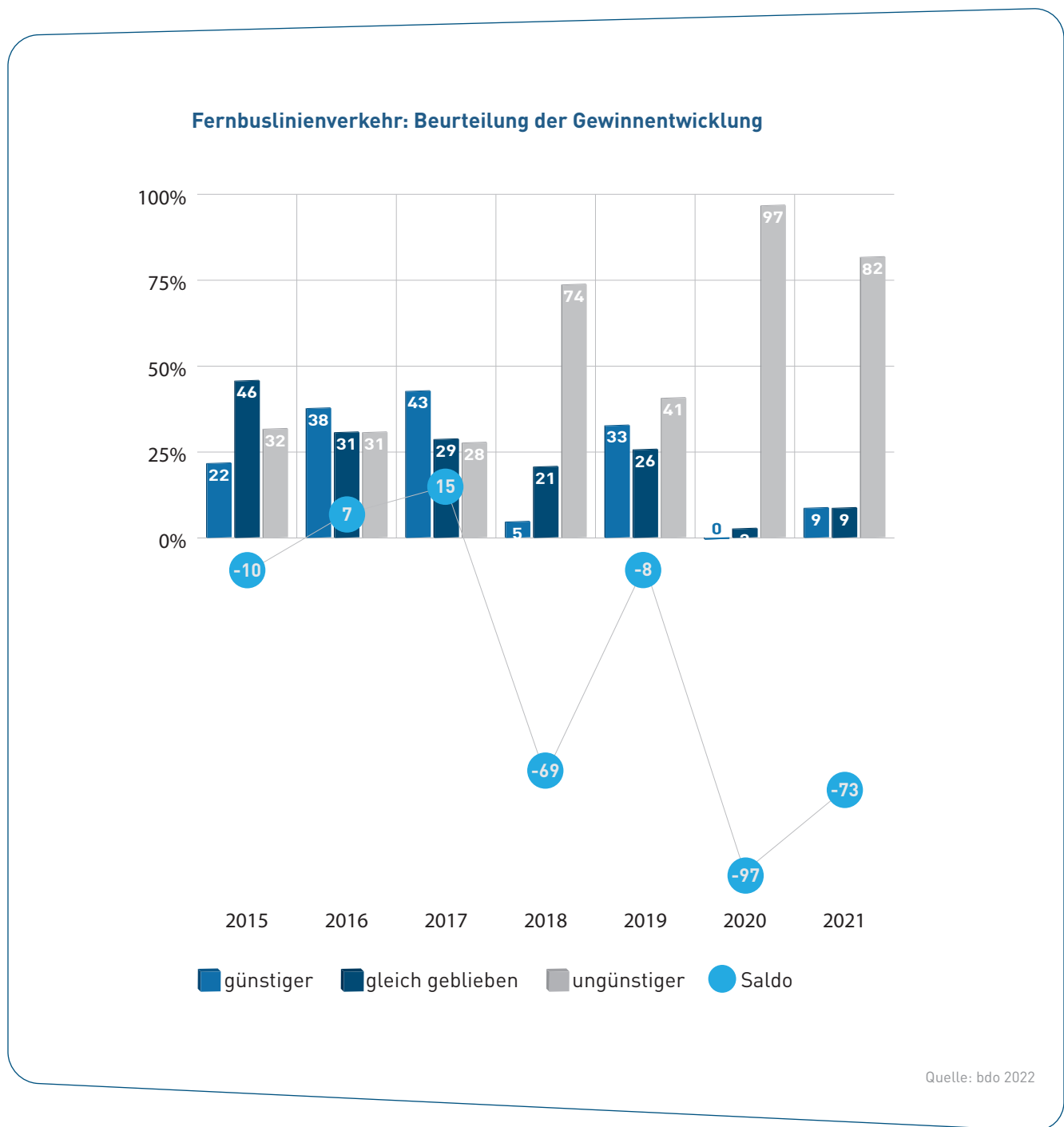
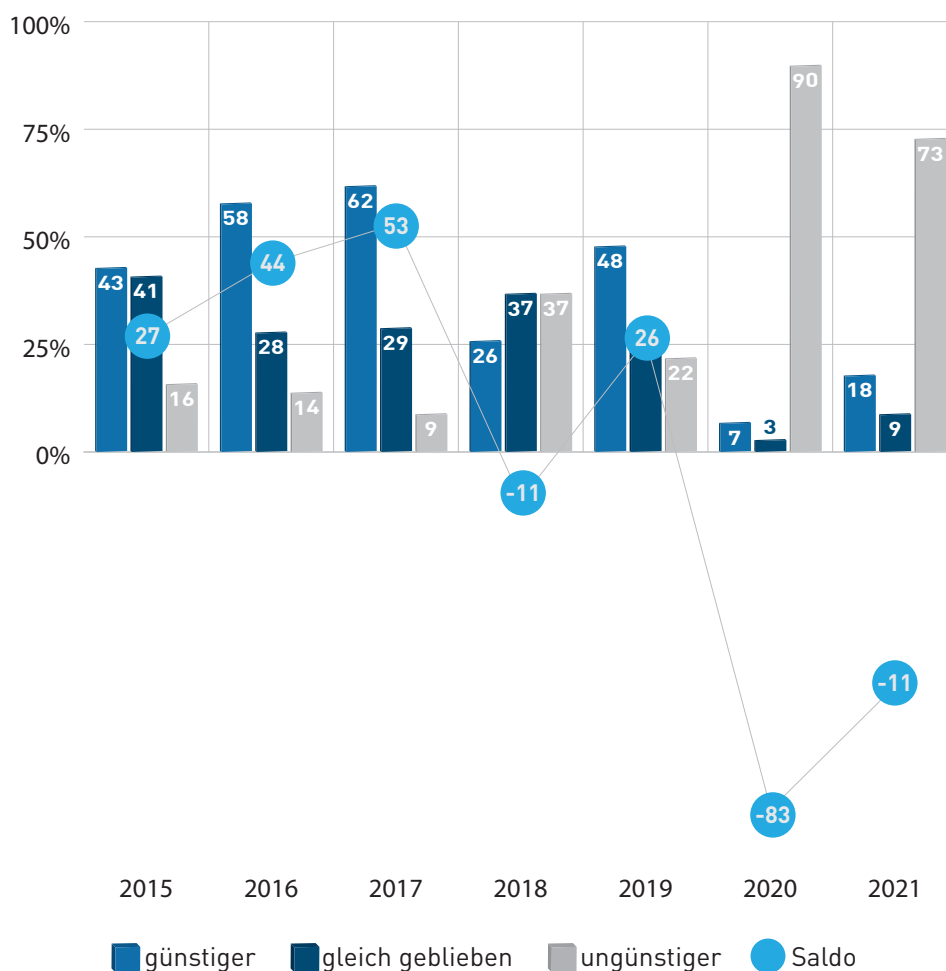


Abb. 28: Gewinnentwicklung des Fernlinienverkehr

Fahrgastentwicklung: Vergleichsweise positiv

Auch bei der Fahrgastentwicklung verbessert sich die Stimmung leicht. **18%** erwarten, dass sich diese Kennzahl in 2021 günstiger entwickelt. **9%** erwarten, dass die Lage gleichbleibt und **73%** erwarten eine ungünstigere Entwicklung.

Fernbuslinienverkehr: Entwicklung der Fahrgastzahlen



Quelle: bdo 2022

Abb. 29: Fahrgastzahlen des Fernlinienverkehrs

Trends im Fernlinienverkehr

Aktuelle Hauptzielgruppen

Im Fernlinienverkehr bleiben **Studenten, Schüler:innen und Kinder** konstant die wichtigste Hauptzielgruppe. Rund **91%** der befragten Unternehmen benannten diese Gruppe zu ihrer Hauptzielgruppe beziehungsweise zu einer ihrer Hauptzielgruppen. Gleichauf liegen die **Singles** mit ebenfalls **91%**. Damit wird ihnen eine erheblich höhere Bedeutung zugemessen als in der letzten Konjunkturumfrage (Vorjahr 62%). An dritter Stelle liegen die **Best Ager/Senioren** mit **64%**. Damit steigt die Bedeutung dieser Gruppe im Vergleich zum Vorjahr um 19 Prozentpunkte. Dafür nahm die Relevanz von **Familien** als Zielgruppe ab. **27%** der Unternehmen stellt fest, dass Familien zu den wichtigsten Kundengruppen zählen. Im Vorjahr waren es noch 40%. **Mobilitätseingeschränkte Fahrgäste** gehören bei **9%** der befragten Busunternehmen zu den Hauptzielgruppen (2020 noch 10%).

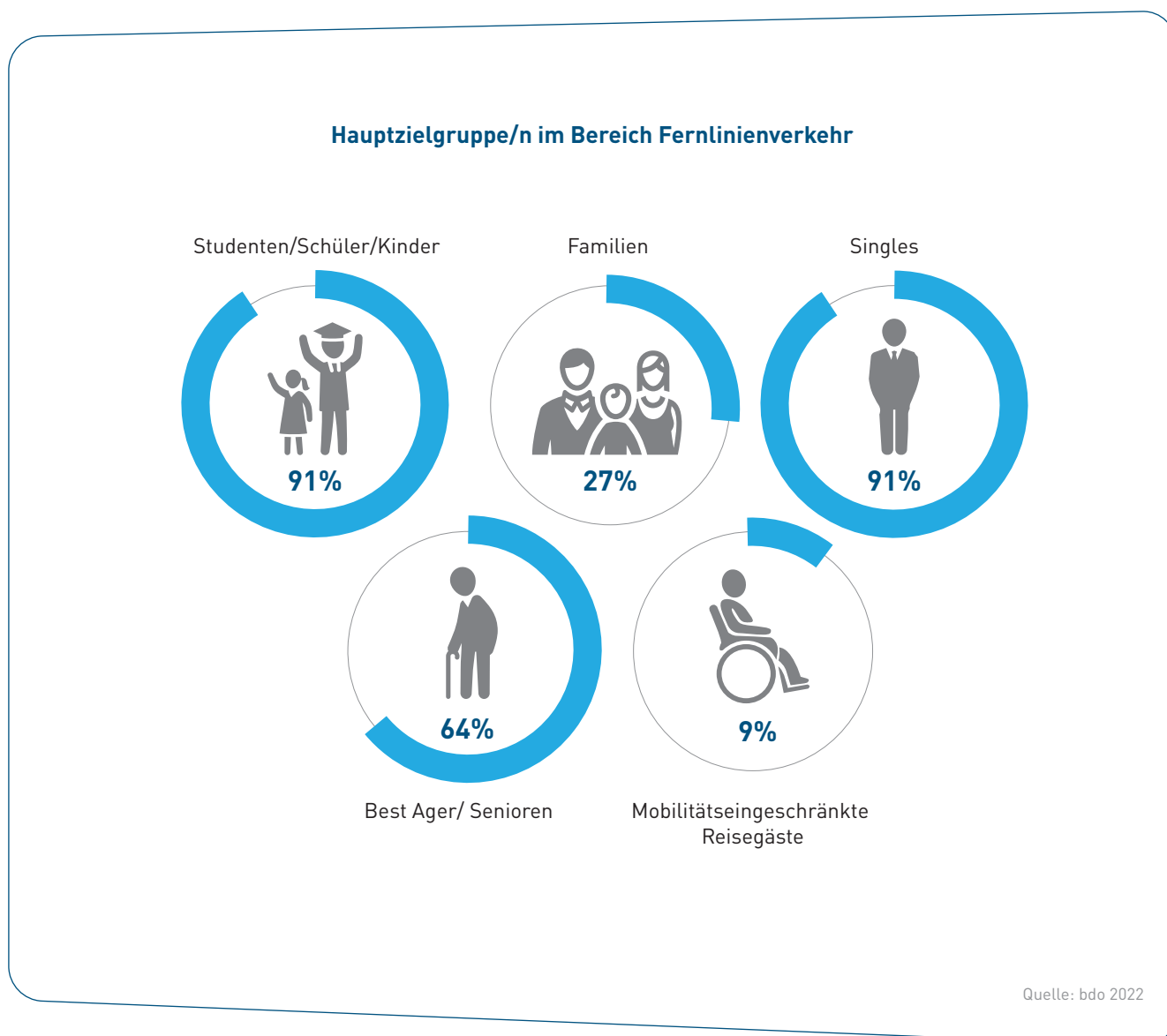
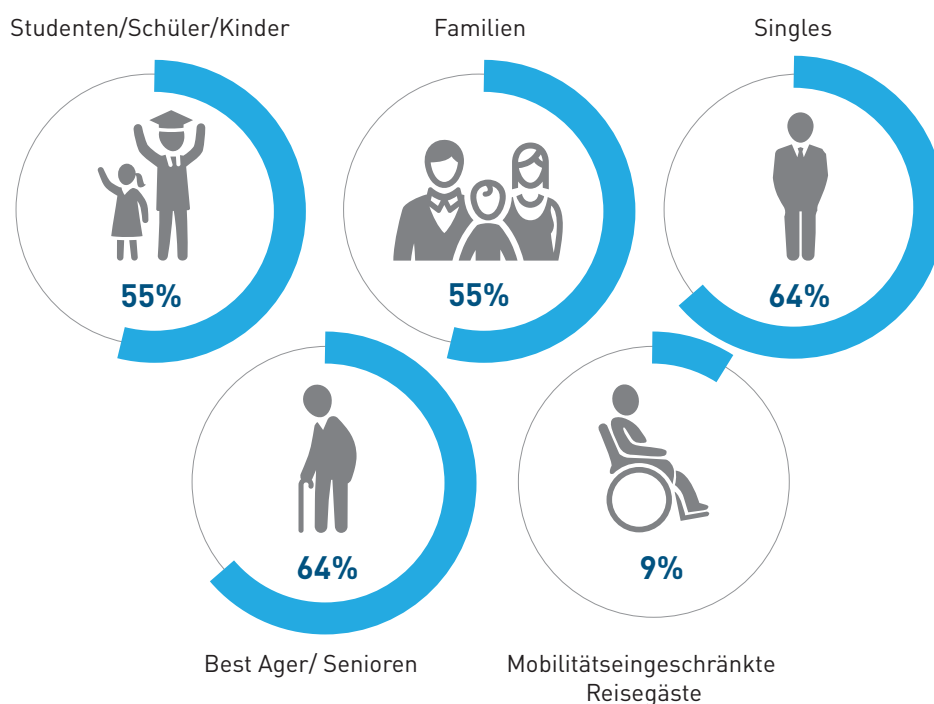


Abb. 30: Hauptzielgruppen Fernlinienverkehr

Zielgruppen mit Potenzial

Die im Fernlinienverkehr tätigen Unternehmen gehen davon aus, dass bei **Best Agern/Senioren** das und **Singles** das größte Potenzial liegt. Jeweils **64%** schätzten diese Gruppen als bedeutsamste Zielgruppen für die Zukunft ein. 2020 lag der Wert bei Best Agern/Senioren nahezu unverändert bei 66% und bei Singles leicht niedriger bei 54%. Dann folgen gleichauf die Gruppe der **Familien** sowie der **Studenten/Schüler:innen/Kinder** mit jeweils **55%**. Im Vorjahr die Werte für die beiden Gruppen auf nahezu gleichem Niveau (59% und 55%). Bei **mobilitäts-eingeschränkten Reisenden** sehen die Unternehmer zukünftig **(9%)** hingegen niedrigeres Potenzial, als im Jahr zuvor (17%).

Zielgruppe/n mit Potenzial im Bereich Fernlinienverkehr



Quelle: bdo 2022

Abb. 31: Zielgruppen mit Potenzial im Fernlinienverkehr

Zukunftstrends im Fernlinienverkehr

64% gehen davon aus, dass das Fernbussegment mit **sinkenden Fahrgastzahlen** rechnen muss – das ist eine erhebliche Steigerung gegenüber dem Vorjahr (28%). Mit **steigenden Fahrgastzahlen** im Bereich Fernlinienverkehr rechnet hingegen niemand. Damit blicken die Unternehmen pessimistisch in die Zukunft.

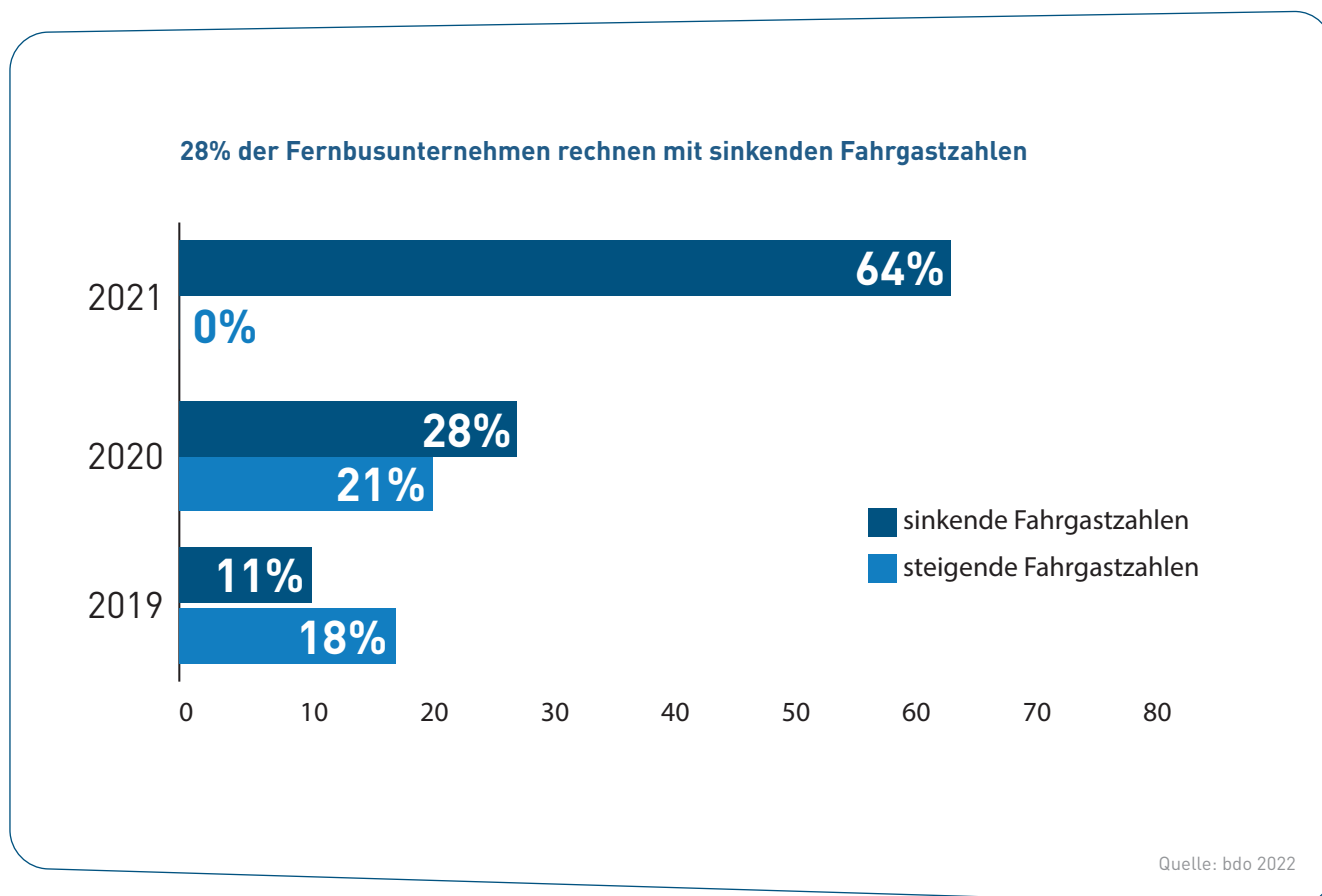


Abb. 32: Fahrgastzahlen im Fernlinienverkehr

36% der Unternehmen gehen von einer **weiteren Marktkonzentration** aus. Die Mehrheit der Befragten geht von einem **zukünftig wachsenden Preiskampf** aus (**82%**). Dieser Wert liegt um 23 Prozentpunkte über dem von 2020 (59%).

Rund **36%** der befragten Unternehmen glauben, dass zukünftig die **europaweite Streckenverknüpfung** immer stärker zunimmt. 2020 waren es noch 48%.

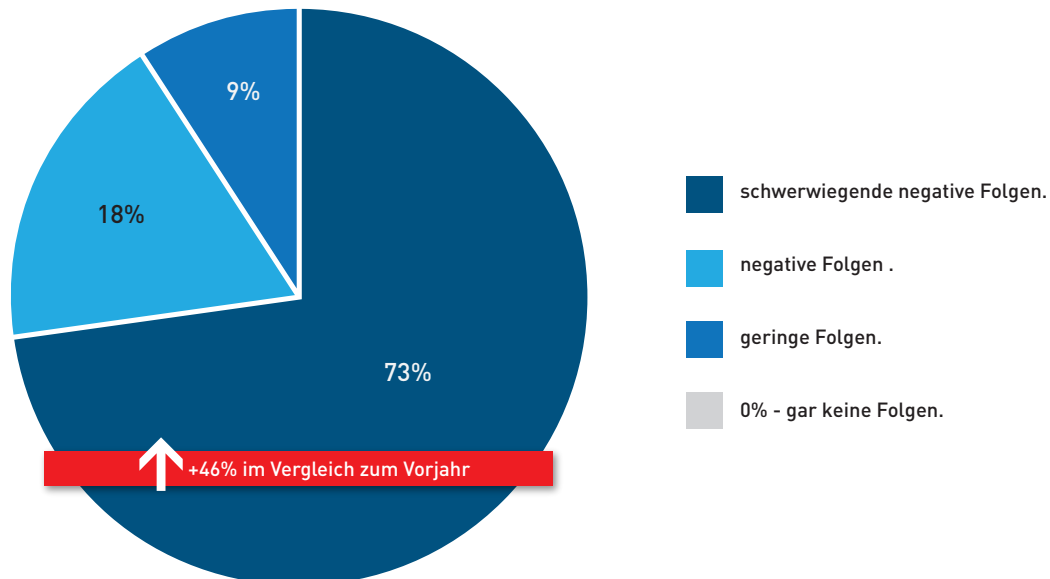
Während **46%** der Befragten angeben, dass sie verstärkt von einer **Konzentration auf Städteverbindungen** ausgehen, sind **18%** davon überzeugt, dass die **Erschließung ländlicher Räume** zunehmen wird. Mehr **zentrumnahe Verbindungen** sehen **46%**.

Herausforderungen im Fernlinienverkehr

Grundsätzlich wünschen sich die Unternehmen, dass die Politik endlich anerkennt, welche Bedeutung der Bus für das Gelingen der Verkehrswende hat. **46%** 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. **18%** plädieren für **Bürokratieabbau** und **36%** 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 tätigen Unternehmen weiterhin überwiegend als negativ für das eigene Geschäft bewertet. **73%** der befragten Unternehmen gehen von schwerwiegenden negativen Folgen aus: Der CO₂-Preis führt zu erheblich steigenden Kosten und damit verbunden, zu sinkender Wettbewerbsfähigkeit. Das sind 23% mehr als noch im letzten Jahr. **18%** erwarten immerhin noch deutliche negative Folgen: **steigende Kosten und dadurch sinkende Fahrgastzahlen**. Lediglich **9%** gehen von geringen Folgen aus, dass die Gewinnmarge zwar sinken wird, aber keine Fahrgäste verloren gehen werden. Kein Unternehmen denkt, dass der CO₂-Preis keine Auswirkungen hat, da die Kosten im Rahmen der normalen Preisschwankungen beim Diesel-Preis liegen.

Welche Auswirkungen wird der CO₂-Preis auf Ihr Geschäft haben?



Quelle: bdo 2022

Abb. 33: Auswirkung des CO₂-Preis auf den Fernlinienverkehr

Auch im Bereich der Antriebswende sehen die befragten Fernbusunternehmen erheblichen Nachholbedarf. **80%** sind der Meinung, dass Busse mit **alternativen Antrieben nicht wirtschaftlich** zu betreiben sind. **60%** sprechen sich für eine bessere Busförderung aus und **80%** sehen **Nachbesserungsbedarf bei der Infrastrukturförderung** sei. Ebenfalls **80%** der Unternehmen sind der Meinung, dass es an **passenden Fahrzeugen am Markt** fehle und **60%** berichten von Problemen, bei der **Bereitstellung der erforderlichen Energiemenge durch die Versorgungsunternehmen**.

Prognose – Ausblick: Skeptisch bis pessimistisch

46% der befragten Unternehmen sind der Überzeugung, dass sich ihre allgemeine Geschäftslage 2022 nicht wesentlich verbessern wird und das Umfeld schwierig bleibt. 27% der Fernbusunternehmen prognostizieren sogar, dass die allgemeine Geschäftslage 2021 sogar ungünstiger sein wird als im Vorjahr. Ebenfalls 27% der Unternehmen wagen die Prognose, dass 2022 besser wird als 2021 (24%).

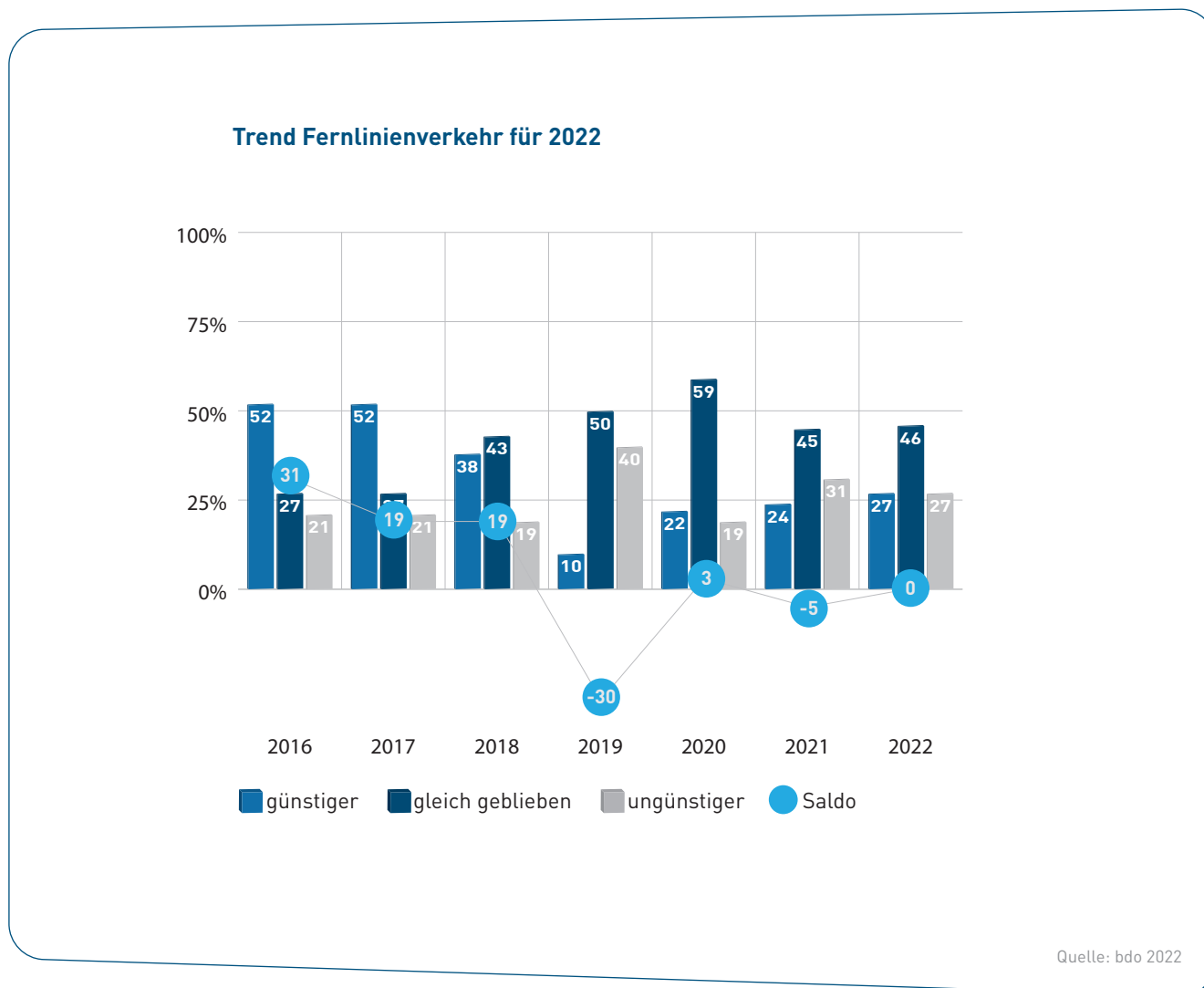


Abb. 34: Prognose 2022 zum Fernlinienverkehr

Herausgeber

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

Technische Auswertung

IFH Köln GmbH, www.ifhkoeln.de

Redaktion, Layout & Gestaltung

Kai Neumann
Till Dreier
Melina Strohkirch

in Zusammenarbeit mit

Kompagnon communications
www.kompagnon.eu