1 Ausgangssituation und Trends

1.1 Liberalisierung des Fernbusverkehrs

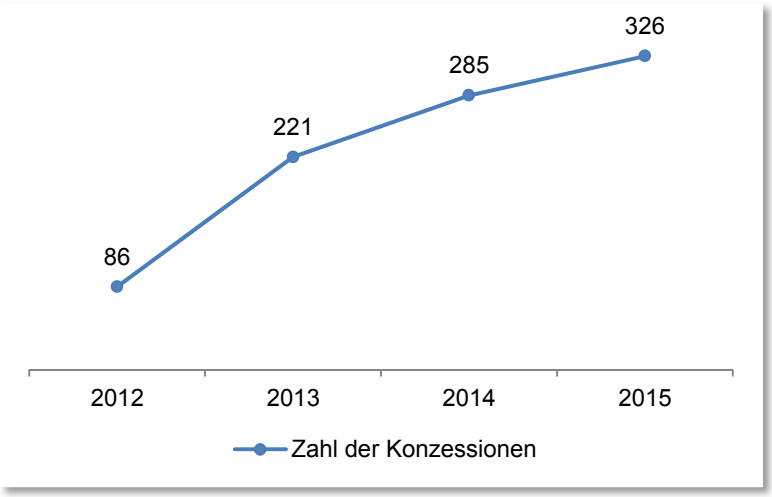
Mit der Novellierung des Personenbeförderungsgesetzes (PBefG) zum 01.01.2013 wurde der Konkurrenzschutz der Bahn im Fernverkehr aufgehoben. Ziel der neuen Regelung gemäß § 42a PBefG ist, Wettbewerb im Fernverkehr zu zulassen und zusätzliche dazu attraktive Beförderungsmöglichkeiten neu zu schaffen.

1.2 Unternehmen

Linienkonzessionen: dynamische Entwicklung mit Konsolidierungstendenzen

Der Fernbusmarkt in Deutschland hat sich mit der Liberalisierung dynamisch entwickelt. Nachdem sich die Zahl der innerdeutschen Konzessionen innerhalb des ersten Jahres mehr als verdoppelt hat, sind mittlerweile erste Konsolidierungstendenzen ablesbar:

Abbildung 1: Entwicklung innerdeutscher Konzessionen



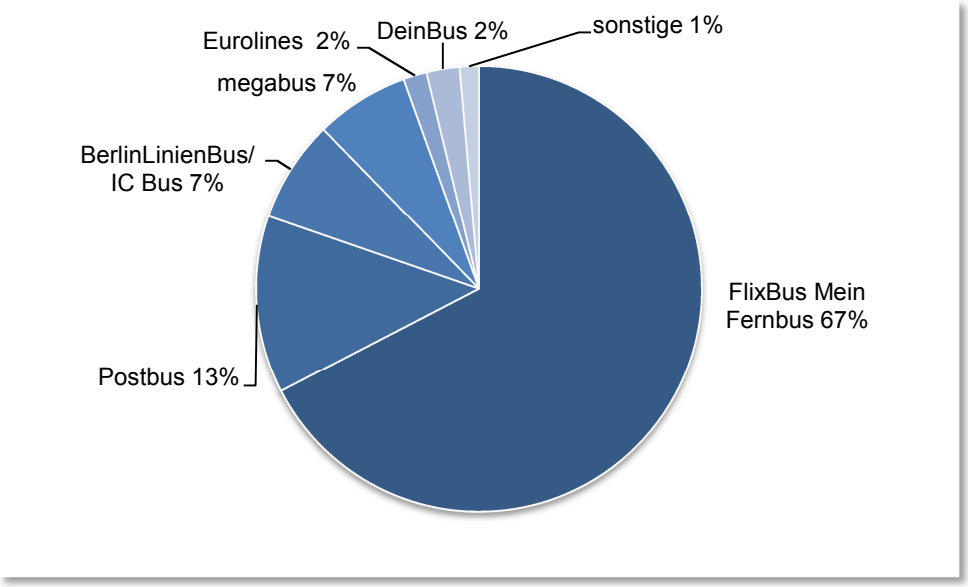
(Quelle: Auswertung des Bundesministeriums für Verkehr und digitale Infrastruktur: Entwicklung innerdeutscher Fernbusverbindungen 1. Januar 2013 bis 30. September 2015, eigene Darstellung)

Die geplanten Angebotsausweitungen auf Nachtfahrten und ins Ausland lassen jedoch künftig noch weitere, moderatere Zuwächse erwarten.

Marktanteile: ungleiche Verteilung

Im dritten Jahr der Liberalisierung zeichnen sich die „Machtverhältnisse“ der am Markt tätigen Unternehme recht deutlich ab. Die Marktanteile sind laut einer Recherche des Buchungsportals „Fernbus.de“ vom 13.01.2016 unterschiedlich verteilt. Anfang 2015 haben sich die Unternehmen FlixBus und MeinFernbus zur FlixBus GmbH zusammengeschlossen und fahren mit grünen Bussen, die ehemalige Erkennungsfarbe von MeinFernbus. Mit mehr als 67% übernimmt das Unternehmen in Deutschland klar die marktbeherrschende Position. Die übrigen Unternehmen rangieren mit deutlichen Abstand dahinter: Die Deutsche Post betreibt den Postbus seit dem Rückzug des ADAC im November 2014 allein und die Deutsche Bahn bedient den Markt mit zwei Produkten, Berlin Linienbus und IC Bus. Das britische Unternehmen megabus, das nach wie vor mit „Kampfpreisen“ für Aufsehen sorgt, ist Ende 2014 in den deutschen Markt eingestiegen und hat mit 5% mittlerweile den vierten Platz erobert. DeinBus aus Offenbach deckt nach einer überstandenen Insolvenz rund 2% des Marktes ab. Die Angebote von city2city und ALDI-Reisen wurden im Oktober, bzw. im Februar 2014 eingestellt.

Abbildung 2: Marktanteile

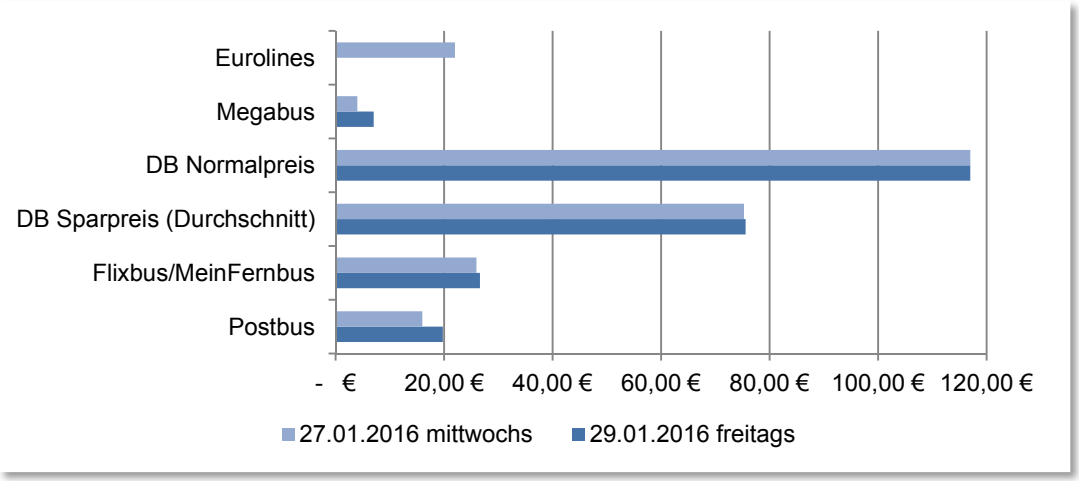


(Quelle: Pressemitteilung Fernbus.de vom 12. Januar 2016, eigene Darstellung)

Preis, Angebot und Dauer: deutliche Unterschiede zwischen Bus und Bahn

Ein wichtiges Merkmal für den Fernbusverkehr ist das verhältnismäßig niedrige Preisniveau. Eine Internetrecherche hat für eine fiktive Reise vom Rheinland nach Berlin an einem nachfragestarken und an einem Tag mit schwächerer Nachfrage beispielhaft die folgenden durchschnittlichen Preise ergeben:

Abbildung 3: Fahrpreise von Bus und Bahn

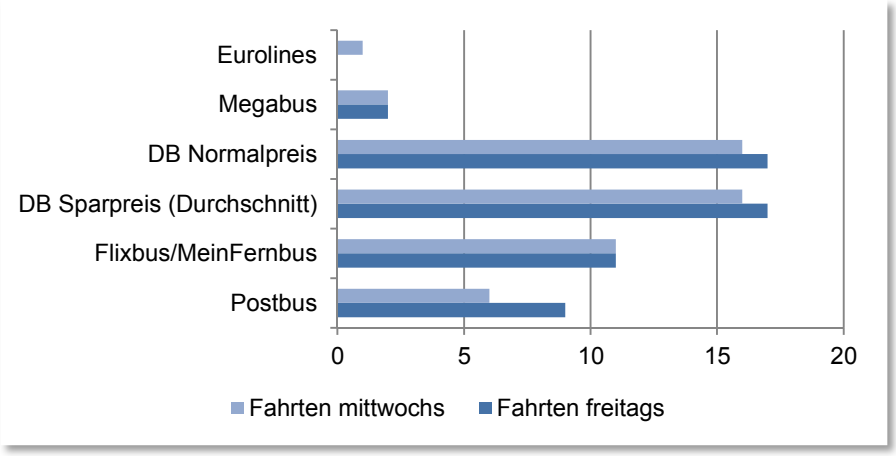


(Quelle: eigene Recherche über das Internetportal Busliniensuche.de vom 21.01.2016)

Die Bahn liegt mit ihrem Normal- und auch dem Sparpreis klar über den Fahrpreisen der Fernbusse, die sich auf einen Preis um ca. 20,00 € einpendeln. Mit 4,00 bzw. 7,00 €, liegt der Anbieter Megabus noch einmal deutlich unter der Bus-Konkurrenz. Für die Zukunft ist jedoch davon auszugehen, dass dieses niedrige Preisniveau nicht gehalten werden kann und lediglich den Zugang und die Etablierung auf dem deutschen Markt ermöglichen soll. Ähnlich haben auch andere Unternehmen bei ihrem Markteintritt agiert.

Beim Fahrtenangebot rangiert die Bahn vor den Fernbusanbietern. Dennoch gilt hier nicht, dass der drei- bis vierfach höhere Preis auch ein in dieser Größenordnung vielfältigeres Angebot liefert:

Abbildung 4: Fahrzeiten von Bus und Bahn



(Quelle: eigene Recherche über das Vergleichsportal Busliniensuche.de vom 21.01.2016)

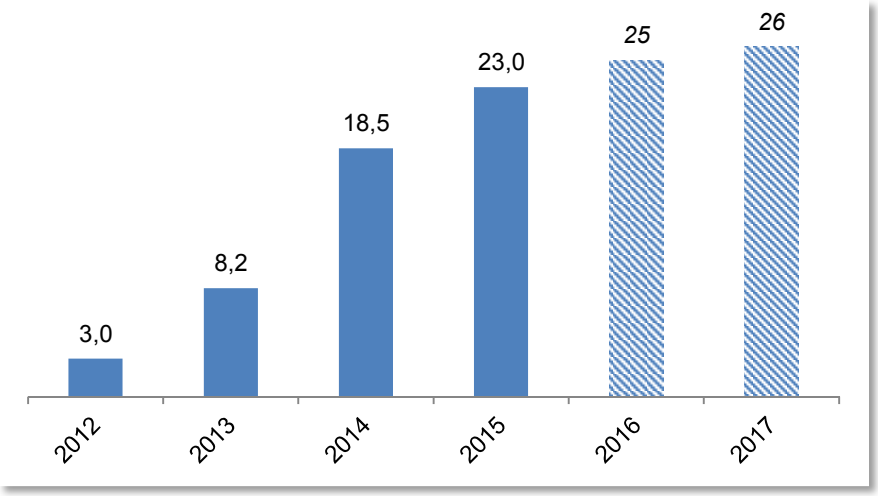
In Kombination mit den Fahrzeiten kann die Bahn gegenüber ihren Konkurrenten jedoch punkten. Mit einer durchschnittlichen Fahrzeit von unter viereinhalb Stunden verkehrt sie deutlich schneller als die Konkurrenz auf der Straße. Bei einer Fahrt mit dem Bus müssen auf umsteigefreien Relationen Fahrzeiten von sieben bis etwa neuneinhalb Stunden in Kauf genommen werden. Bei Angeboten mit Umstieg können sich auf der untersuchten Relation die Fahrzeiten auch auf elf Stunden summieren.

1.3 Fahrgäste

Nachfrage: sprunghafter Anstieg mit Konsolidierungstendenzen

Die Anzahl der beförderten Personen ist in 2013 im Vergleich vor der Liberalisierung um 170% und im Folgejahr 2014 noch einmal um 125% gestiegen. In 2015 fiel der Anstieg aufgrund des vergleichsweise hohen Vorjahresniveaus mit 24% geringer aus. In einer Kurzfristprognose wird für die Jahre 2016 und 2017 zwar weiterhin mit einem Zuwachs gerechnet, der gegenüber den Vorjahren mit knapp 9,0%, bzw. 4,0% vermutlich deutlich geringer als in den Vorjahren ausfallen wird. Perspektivisch wird sich die Nachfrage voraussichtlich zwischen 25,0 und 30,0 Mio. Fahrgästen einpendeln.

Abbildung 5: Mit Fernbussen beförderte Personen

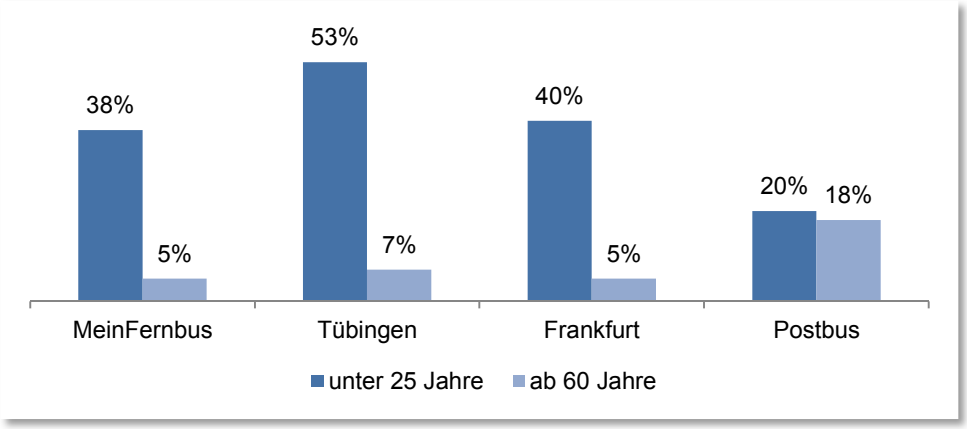


(Quelle: Gleitende Mittelfristprognose für den Personen- und Güterverkehr, Kurzfristprognose Sommer 2015, Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur, eigene Darstellung)

Alter: vorwiegend junge Fahrgäste

Fernbusse werden vorwiegend von Fahrgästen unter 25 Jahren genutzt. Zu diesem Ergebnis kamen mehrere Kundenbefragungen. Die Unternehmen gehen davon aus, dass künftig auch vermehrt Menschen jenseits der 60 den Fernbus als günstige Mobilitätsalternative nutzen werden. Diese Tendenz macht sich bereits beim Nutzerkreis des Postbusses bemerkbar:

Abbildung 6: Alter der Fahrgäste



(Quelle: verschiedene Studien und Befragungen, siehe Quellennachweis, eigene Darstellung)

Umsteiger: die Bahn verliert Kunden

Aus einer Befragung, die das IGES Instituts in Kooperation mit dem Buchungs- und Vergleichsportal FahrtenFuchs in 2014 durchgeführt hat, hat sich ergeben, dass 44% der Fernbusnutzer ehemalige Bahnkunden sind. 38% haben zuvor den Pkw genutzt, entweder als Selbst- oder Mitfahrer. Umsteiger vom Flugzeug spielen mit 4% keine nennenswerte Rolle. Als Gründe für den Umstieg wurden die günstigen Ticketpreise und die Anbindung kleinerer Städte mit umsteigefreien Verbindungen genannt. 10% der Nutzer wären vor der Liberalisierung nicht gereist, sogenannte induzierte Verkehre.

1.4 Fazit Ausgangssituation und Trends

- → Die Linienkonzessionen haben sich nach der Marktöffnung vervierfacht.
- → Für die Entwicklung der am Markt tätigen Unternehmen zeichnet sich ab, dass sich voraussichtlich vier bis fünf Unternehmen langfristig etablieren werden.
- → Die Fahrpreise der Fernbusse liegen deutlich unter denen der Deutschen Bahn und sind für viele Kunden ausschlaggebend für die Nutzung.
- → Der Fernbus ist für preissensible und zeitlich flexible Kunden eine Alternative zur Bahn, wobei Kompromisse hinsichtlich der Fahrzeit und des Komforts in Kauf genommen werden.
- → Fernbusse werden quer durch alle Altersgruppen genutzt, bislang jedoch schwerpunktmäßig von Fahrgästen unter 25 Jahren.
- → Die zunächst sprunghafte Zunahme der beförderten Personen wird sich mittelfristig auf einem Niveau von voraussichtlich 25,0 – 30,0 Mio. Fahrgäste pro Jahr einpendeln.
- → Im Personenfernverkehr findet Wettbewerb statt.
- → Der Fernbusverkehr hat seinen Platz im Verkehrsgeschehen gefunden, sich etabliert und bietet mehr Mobilität, zu günstigen Preisen.

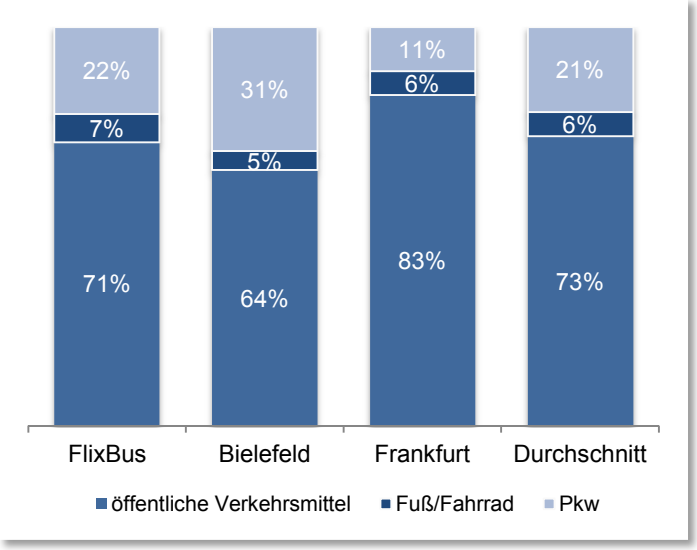
2. Standort- und Ausstattungsmerkmale

2.1 Nutzerperspektive

Standortmerkmale: öffentliche Verkehrsmittel werden am meisten genutzt

Um die Anforderungen an die Lage des Standortes selbst abzuleiten, wurde die Verkehrsmittelwahl der Fahrgäste zur Fernbushaltestelle untersucht. Hierbei wurde auf Befragungen der Fernbusunternehmen und auf Ergebnisse einzelner lokaler Studien zurückgegriffen:

Abbildung 7: Verkehrsmittelwahl auf dem Weg zum Fernbus

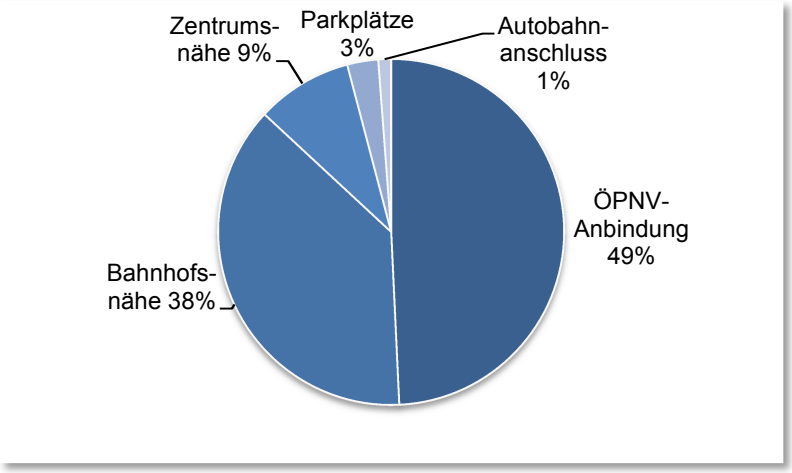


(Quelle: verschiedene Studien und Befragungen, siehe Quellennachweis, eigene Darstellung)

Es zeichnet sich recht deutlich ab, dass weit über die Hälfte aller Fahrgäste mit öffentlichen Verkehrsmitteln anreist, ca. 20-30% aller Fahrten werden mit dem Pkw zurückgelegt, jedoch mit spürbaren lokalen Abweichungen. Der Rad- und Fußgängerverkehrsanteil spielt hier eine untergeordnete Rolle, findet aber auch statt.

In einer Studie zur Kundenfreundlichkeit der deutschen Fernbusbahnhöfe, die in Zusammenarbeit mit der Universität Heilbronn erstellt worden ist, sind unter anderem die aus Fahrgastsicht wichtigsten Standortmerkmal abgefragt worden:

Abbildung 8: Wichtige Standortmerkmale aus Fahrgastsicht



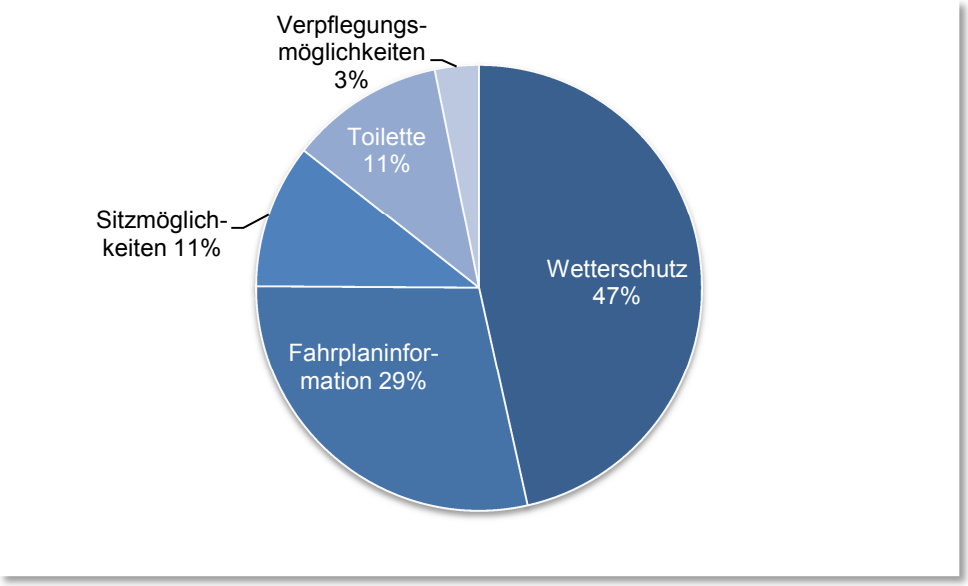
(Quelle: Studie zur Kundenfreundlichkeit der deutschen Fernbusbahnhöfe, FlixBus GmbH, März 2014, eigene Darstellung)

Eine gute ÖPNV-Anbindung und die Nähe zum Bahnhof, sind den Kunden hinsichtlich der Lage der Haltestelle am wichtigsten. Ein direkter Autobahnanschluss spielt so gut wie keine Rolle.

Haltestellenausstattung: Witterungsschutz und Fahrplaninformationen sind wichtig

Die Wünsche zur Ausstattung der Haltestellen wurden ebenfalls in der zuvor genannten Studie bei den Kunden abgefragt:

Abbildung 9: Wichtige Ausstattungsmerkmale aus Fahrgastsicht



(Quelle: Studie zur Kundenfreundlichkeit der deutschen Fernbusbahnhöfe, FlixBus GmbH, März 2014, eigene Darstellung)

2.2 Anbieterperspektive

Für das Meinungsbild auf Anbieterseite wurde die „Fernbus-Umfrage“ von Juni 2015, eine gemeinsame Untersuchung des Baden-Würtembergischen Industrie- und Handelskammertages und des Verbandes Baden-Würtembergischer Omnibusunternehmer ausgewertet. Die Untersuchung basiert auf qualitativen Einschätzungen und enthält keine quantitativen Angaben, wie die weiter oben herangezogenen Studien und Befragungen.

Standortmerkmale: wichtig sind Zentrums- und Hauptbahnhofsnähe

Für die Anbieter ist die Nähe der Fernbushaltestellen zum Hauptbahnhof und zum Stadtzentrum das wichtigste Standortmerkmal, seltener die periphere Lage mit reinem Autobahnanschluss. Eine periphere Lage mit ÖPNV-Anschluss wird von jedem dritten Unternehmen präferiert.

Haltestellenausstattung: es besteht Verbesserungsbedarf

Die Ausstattung der Haltestellen entspricht größtenteils nicht den Vorstellungen der Unternehmen. Aus Anbietersicht sind Fahrplaninformationen, Witterungsschutz, ÖPNV-Anbindung, Barrierefreiheit, WC-Anlagen sowie Entsorgungsmöglichkeiten für Bus-WC sehr wichtig. Als weniger wichtig angesehen werden Kiosks und Verpflegungsmöglichkeiten, aber auch Ticketschalter und aktuelle Abfahrtinformationen.

2.3 Fazit Standort- und Ausstattungsmerkmale

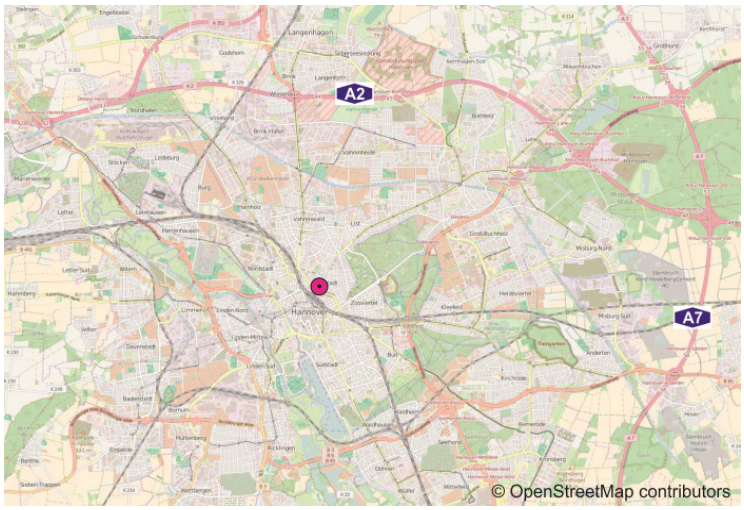
- → Der überwiegende Teil der Fahrgäste reist mit öffentlichen Verkehrsmitteln an.
- → Eine optimale ÖPNV-Anbindung und Bahnhofsnähe stehen an erster, bzw. zweiter Stelle.
- → Die gute Erreichbarkeit mit dem Pkw ist für die Anreise ein weiterer wichtiger Faktor. Ein Autobahnanschluss in der Nähe ist dafür jedoch nicht erforderlich.
- → Fuß- und Radverkehr spielen bei der Anreise ebenfalls eine, wenn auch kleine Rolle.
- → Im Gegensatz zu den Kunden sehen 33% der Unternehmer in einer peripheren Haltestellenlage mit ÖPNV-Anschluss Standortvorteile.
- → Fahrgäste wie Unternehmer halten Witterungsschutz und Fahrplaninformationen für die wichtigsten Ausstattungselemente der Haltestellen an.
- → Weitere Serviceeinrichtungen wie Kiosks und Verpflegungsmöglichkeiten spielen sowohl aus Kunden als auch aus Anbietersicht eine weniger wichtige Rolle.

3 Gute Beispiele – zwei Steckbriefe

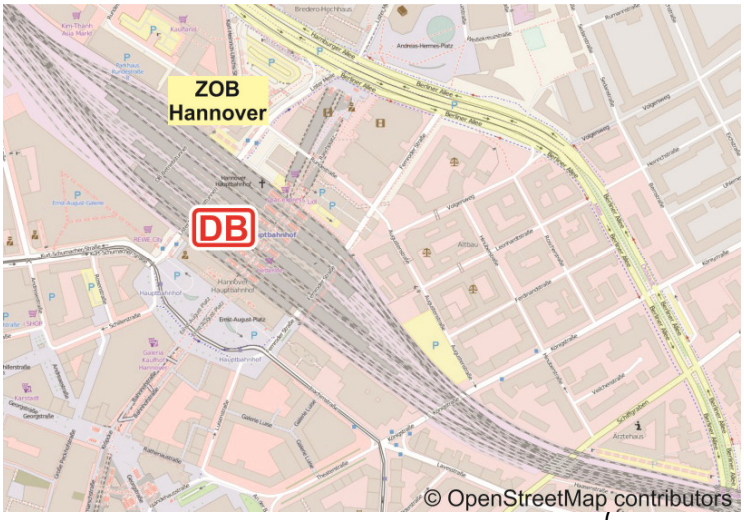
3.1 ZOB Hannover

Standortmerkmale:

Lage im übergeordneten Straßennetz



Lage in der Stadt



- Anbindung an lokalen Bus- und Stadtbahnverkehr
- Unmittelbare Nähe zum Hauptbahnhof
- Kiss-and-ride-Plätze

Ausstattung:

- Kiosk
- Witterungsgeschützter Warteraum
- Öffentlich zugängliches WC (Öffnungszeiten: 5.00 - 22.00 Uhr)
- Fahrkartenverkauf
- Überdachter Wartebereich/Einstieg
- Gepäckaufbewahrung
- Elektronische Fahrplananzeige, mit Verspätungsanzeige

Haltestellenbetrieb:

- 11 Wartepositionen: 7 Taschen und 4 Längspositionen
- Nutzungsentgelt nach Nutzungsdauer gestaffelt: ab 8,00 €
- Betreibergesellschaft: Deutsche Touring GmbH

Fotos:

Buspositionen

Serviceeinrichtungen

Nutzerbewertung (2. MeinFernbus FlixBus-Haltestellenstudie 2015): Platz 1

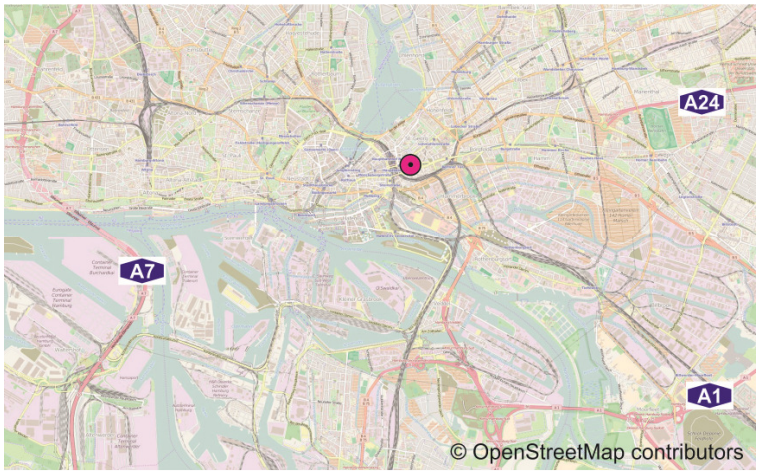
Inbetriebnahme: 09.2014

Baukosten: ca. 4,0 Mio. € (Stand 2010, Planungsphase)

3.2 Bus-Port Hamburg

Standortmerkmale:

Lage im übergeordneten Straßennetz



Lage in der Stadt

- Direkter Zugang zur U-Bahn über Haltestelle „Hauptbahnhof Süd“ und Anbindung mit Metro-, Schnell- und Nachtbuslinien
- Unmittelbare Nähe zum Hauptbahnhof
- Kiss-and-ride-Plätze

Ausstattung:

- Kiosk und Gastronomie
- Witterungsgeschützter Warteraum
- Öffentlich zugängliches WC (Öffnungszeiten: 5.30 bis 23.00 Uhr)
- Fahrkartenverkauf
- Überdachter Wartbereich/Einstieg
- Gepäckaufbewahrung
- Fahrplan- und Verspätungsanzeige

Haltestellenbetrieb:

- 16 Wartepositionen: 14 Taschen und 2 Längspositionen
- Nutzungsentgelt: wird erhoben, Höhe unbekannt
- Betreibergesellschaft: ZOB Hamburg GmbH

Fotos

Verknüpfung mit dem ÖPNV

Buspositionen

Nutzerbewertung (2. MeinFernbus FlixBus-Haltestellenstudie 2015): Platz 3

Inbetriebnahme: 2003

Baukosten: 17,0 Mio. €