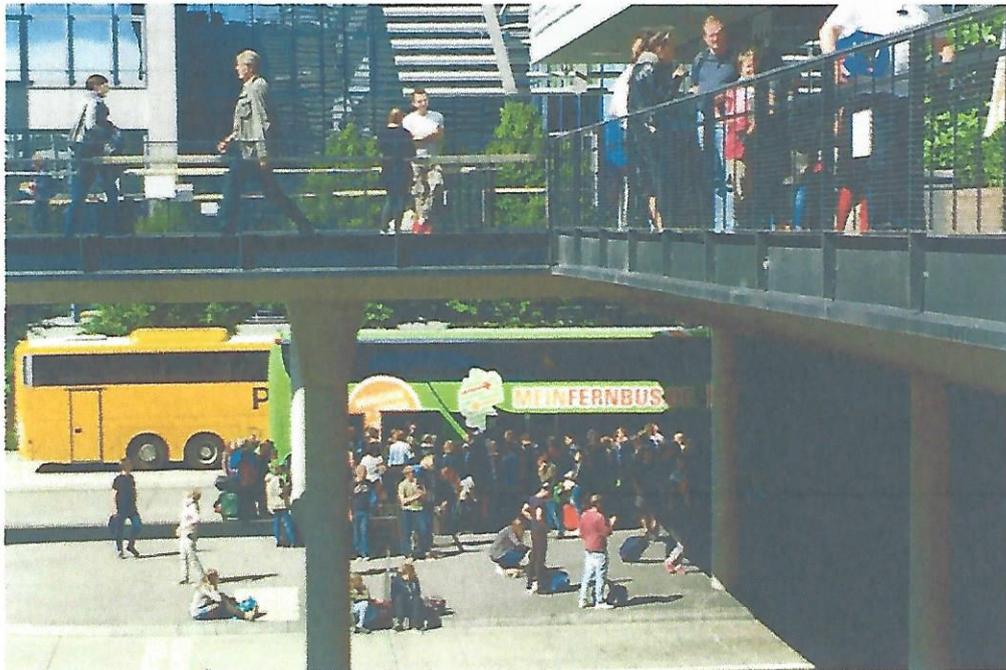


A. Krämer, G. Wilger, R. Bongaerts



Fernlinienbusse – eine Erfolgsgeschichte?!

Marktbedingungen – Geschäftsmodelle –
Entwicklungsperspektiven

ksv-verlag

Verkehrspraxis

- „Beim „Subunternehmermodell“ werden zwischen Betreibergesellschaft und Omnibusunternehmen im Vorfeld ein fester Kilometersatz sowie weitere Rahmenbedingungen vertraglich vereinbart, zu denen das beauftragte Omnibusunternehmen für einen bestimmten Zeitraum bzw. auf bestimmten Linien die Verkehre im Auftrag des Betreibers durchführt. Die Bezahlung des Omnibusunternehmens erfolgt dabei unabhängig vom wirtschaftlichen Erfolg.“
- Beim „Beteiligungsmodell“ wird zwischen Betreibergesellschaft und Omnibusunternehmen eine kilometerabhängige Grundvergütung vereinbart. Die Grundvergütung soll die Busunternehmen dabei vor einem zu hohen wirtschaftlichen Risiko schützen. Sie dient damit lediglich als finanzielle Absicherung. Ergänzt wird die Grundvergütung um eine erfolgsabhängige Komponente, die sich entweder am Umsatz (Anteil am Ticketverkauf) oder an der Auslastung der jeweiligen Fernbuslinie orientiert. Die Omnibusunternehmen sind so stärker am Gewinn bzw. am Risiko beteiligt.“

***Interview mit John Stiefvater; Geschäftsführer Stiefvater-Reisen GmbH,
25.07.2017***

Frage: *Stiefvater Reisen blickt auf eine 50jährige Firmengeschichte als Anbieter von touristischen Reisen und öffentlichem Nahverkehr zurück. Schon 2012 sind Sie als einer der ersten Buspartner in den Markt für Fernlinienbusreisen eingestiegen. Was waren Ihre Beweggründe zur Teilnahme?*

Stiefvater: Wenn man sich auch nur ein wenig für die „neuen Medien“ und die entsprechenden Techniken interessiert, stellt man selber ganz schnell fest, dass es hier plötzlich unzählige Möglichkeiten gibt. Ein neues Zeitalter ist angebrochen, sei es in der Vermarktung, Online-Werbung, Buchung etc. Sie erreichen gegenüber früher mit einem Bruchteil des eingesetzten Kapitals plötzlich hunderttausende Kunden. Google etc. macht das möglich. Mir war sehr schnell klar, dass hier eine „Revolution“ in Gang gekommen war und das man hier auf jeden Fall dabei sein muss, wenn man einen 5- oder 10-Jahresplan in seiner Firma hat. Ein neues Zeitalter der Mobilität hat 2012 begonnen.

Frage: *Wie bewerten Sie Ihre Erfahrungen? Was sind die besonderen Herausforderungen? So hat z.B. die Liberalisierung zu einer enormen Nachfrage nach Busfahrern geführt. Wie sind Sie damit umgegangen bzw. gehen damit um?*

Stiefvater: Von Anfang an haben wir uns mit eingebracht, sei es bei der Fahrplangestaltung, bei den Produktionskonzepten oder bei den technischen Anforderungen der Fahrzeuge an die neue Verkehrsart. Es gibt eine sehr große Nachfrage nach günstiger Mobilität, deswegen wurde es ja auch letztendlich durch die Gerichte frei gegeben. Die Hauptaufgabe bestand und besteht immer noch in dem Finden der Strecken, welche sich auch dauerhaft lukrativ betreiben lassen. Alles andere wird früher oder später wieder eingestellt werden. Also quasi „nachfrageorientierte Verkehre“ was ja letztendlich auch nur wirtschaftlich und ökonomisch Sinn macht.

Frage: *Fernlinienbus-Kunden gelten als sehr preissensibel. Welchen Ticketpreis bzw. Preis pro Kilometer erachten Sie als mindestens erforderlich, damit Sie Fernbusse kostendeckend betreiben?*

Stiefvater: Ich glaube es geht gar nicht so sehr um 10 Cent hin oder her, sondern wie in Punkt 2 erwähnt, müssen sich genügend Fahrgäste finden lassen, dass ein Bus dauerhaft zu etwa 2/3 gefüllt werden kann. Natürlich muss es preisgünstig sein, sonst werden Sie dauerhaft keine Kunden finden, die längere Fahrtzeiten wie z.B. bei Bahn oder Flug in Kauf nehmen.

In der aktuellen Fernbus-Umfrage des WBO werden verschiedene Kritikpunkte an der Zusammenarbeit der regionalen Buspartner mit den Anbietern aufgelistet (Zitat: „Vom Buspartner zum Subunternehmer“). Wie bewerten Sie das Geschäftsmodell der Anbieter? Was läuft gut? Wo sehen Sie aus Sicht der regionalen Buspartner Handlungsbedarf, was würden Sie sich wünschen?

Ich hatte es ja bei der Podiumsdiskussion [Anmerkung der Redaktion: Fernbus-Kongress, Mannheim, 12.07.2017] erwähnt, „ein bisschen Fernbus“ geht nicht. Jeder muss genau seine Produktionskosten überprüfen, gerne kann es natürlich immer mehr sein auf der Erlösseite. Am Ende ist es ein Zusammenspiel von dem Verhältnis der Produktionskosten zu dem gefahrenen Kilometer. Hier entscheidet sich, ob etwas übrig bleibt oder nicht. Die Herausforderung für den Unternehmer besteht hauptsächlich in der „Personalrekrutierung“. Hier ist es natürlich auch wieder vom obigen Verhältnis abhängig, da sonst ggf. es nicht reicht, die Fahrer auskömmlich zu entlohnen und sie deswegen kein Personal finden werden. Niemand arbeitet in der Busbranche für lau, jeder Unternehmer sucht händeringend Fahrer, die wären relativ schnell beim nächsten Unternehmer, wenn hier die Abrechnung nicht stimmig wäre.

Frage: *Wenn Sie an die Fernbus-Reisenden denken: Was sind auf Basis Ihrer Erfahrungen die wichtigsten Bedürfnisse der Kunden? Haben sich diese Bedürfnisse seit 2013 verändert? Was erwarten Sie für die Zukunft?*

Stiefvater: Die Bedürfnisse sind leider etwas gestiegen. Zu Anfang waren alle total happy, dass es überhaupt möglich war, zu so „kleinem Geld“ soweit zu reisen. Heute hat man schon größere Ansprüche in puncto Komfort und Pünktlichkeit. Grundsätzlich aber gibt es 3 elementare Dinge über die ein Fernbus verfügen muss: 1. Steckdosen, 2. WLAN und 3. ein WC. Der Rest ist eigentlich uninteressant für die Meisten. In Zukunft könnte es ggf. Reservierungen für bestimmte Plätze geben, z.B. auf Strecken mit vielen täglichen Abfahrten. Eine Art Komfortklasse oder so etwas könnte ich mir vorstellen.

Frage: *Wie bewerten Sie als Touristiker die Liberalisierung des Marktes für Fernlinienbusreisen. Spüren Sie die Auswirkungen?*

Stiefvater: In der Touristik wird es sicher Verschiebungen geben. Städtetouren werden sicher, zumindest bei der jüngeren Bevölkerung, zukünftig überwiegend durch die Fernbusse abgedeckt werden. Das Gruppengeschäft als solches sehe ich nicht in Gefahr. Wir spüren hier direkt nichts, da wir hier in diesem Segment momentan aber auch nichts anbieten.