



Prof. Dr. Andreas Krämer, Bonn, Michael Rieger, Regensburg

Fernlinienbusse: Chance oder Risiko für den Bahn-Nahverkehr?

Eine empirische Bestandsaufnahme zum Zusammenwirken von Fernlinienbussen und Bahn-Nahverkehr sowie ÖPNV

Die starke Expansion der Fernlinienbusse seit der Marktöffnung im Januar 2013 und die dadurch bedingte, dynamische Marktveränderung haben dazu geführt, dass das Thema Fernlinienbusse (FLB) ein hohes öffentliches Interesse erhalten hat [1]. Eckpunkte der Liberalisierung zum 1. Januar 2013 sind unter anderem die Erfordernis einer behördlichen Genehmigung von Fernbuslinien, eine Betriebspflicht von 3 Monaten für genehmigte Linien, Barrierefreiheit für neu zugelassene Busse ab 2016 (und für die gesamte Flotte ab 2019) sowie der Schutz des Nahverkehrs durch die Regelung einer Mindestdistanz der Fernbus-Haltestellen (>50 km oder mindestens eine Stunde Fahrzeit bei Nahverkehrsnutzung).

Hintergrund und Zielsetzung

Die dynamische Marktentwicklung bei Reisen mit Fernlinienbussen lässt sich anhand folgender Kennziffern verdeutlichen.

Starke Kapazitäts- und Angebotsausweitung bis 2015

Nach Angaben des Statistischen Bundesamts wurden 2014 etwa 17 bis 19 Mio Fahrten mit Fernlinienbussen unternommen, wobei die mittlere Entfernung etwa 300 km beträgt. Der Mittelwert darf nicht darüber hinwegtäuschen, dass Fernlinienbusse auch kürzere Strecken bedienen (Abb. 1). Die Anzahl der Linien hat sich von 113 (April 2013)

auf 264 (April 2015) um 133 Prozent erhöht [2]. An Spitzentagen sind laut Daimler Buses hierzulande annähernd 800 Fernlinienbusse im Einsatz, etwa 200 mehr als noch im September 2014 [3]. Die Entwicklung des FLB-Marktes erhielt einen zusätzlichen Schub und hohe Aufmerksamkeitswerte durch die lang andauernden und häufigen Streiks bei der Deutschen Bahn. 85 Prozent der mobilen deutschen Bevölkerung kennen das Angebot an FLB, knapp 4 Mio Menschen haben 2014 mindestens einmal einen Fernlinienbus genutzt.

Änderung in der Anbieterstruktur

Hier sind einerseits Insolvenz-Verfahren wie bei DeinBus und der Marktaustritt von City2City zu nennen, die auf eindeutig schwierige wirtschaftliche Rahmenbedingungen der Anbieter hindeuten, andererseits Veränderungen in der Eigentümerstruktur (Ausstieg des ADAC aus der Kooperation ADAC Postbus und Fusion der beiden führenden Unternehmen MeinFernbus und FlixBus Anfang 2015).

Preiswettbewerb

Getrieben wird das starke Nachfragewachstum durch einen Wettbewerb um den Faktor Preis [4], obwohl alle Anbieter auch den Versuch einer Leistungsdifferenzierung unternehmen. So kommt der VCD in 2014 bei einem Vergleich der Bahn- und Fernlinienbus-Preise zum Ergebnis, dass bei 94 Prozent der untersuchten Verbindungen der



Krämer



Rieger

DIE AUTOREN

Prof. Dr. Andreas Krämer (47) ist Gründer und Vorstandsvorsitzender der exeo Strategic Consulting AG, einer Beratungsgesellschaft mit Sitz in Bonn. Schwerpunkte des Unternehmens liegen in der datengetriebenen Entscheidungsunterstützung im Marketing. Vor exeo-Gründung im Jahr 2000 war Krämer Hochschulassistent (Lehrstuhl für Marktlehre der Universität Bonn), später Berater in zwei international führenden Consultings. Er ist spezialisiert auf Fragestellungen zur Optimierung der Kundenbindung und Preisgestaltung. Seit 2013 ist er Fachdozent für Pricing und Kundenwertmanagement/CRM an der Business and Information Technology School (BiTS) in Iserlohn.

Michael Rieger (34) ist Leiter Marketing und Pressesprecher der agilis Verkehrsgesellschaft mbH & Co. KG. agilis ist ein regionales Eisenbahnunternehmen mit Sitz in Regensburg, das im Auftrag der BEG Regionalverkehr in Oberfranken (Netz Nord) und entlang der Donau (Netz Mitte) betreibt. Seit 2010 ist Rieger bei agilis tätig. Er hat Geographie, Amerikanistik und Romanistik an der Universität Regensburg studiert.

Fernlinienbus das preisgünstigere Verkehrsmittel war [5].

Markteintritt neuer Anbieter

Nachdem die Branche Anfang 2015 die Chance vor Augen hatte, nach der Megafusion von MeinFernbus/FlixBus (Marktanteil etwa 76 Prozent) höhere Preise im Markt durchzusetzen, setzte dem der Markteintritt von Megabus (und dessen Eckpreise von teilweise 1 Euro pro Fahrt) zunächst einmal wieder Schranken. Die günstigen Referenzpreise, das niedrige mittlere Preisniveau (im Vergleich zur Bahn oder zum Pkw) und eine adäquate Qualität und Service zeigen Wirkung: Fernlinienbusse erreichen die beste Beurteilung hinsichtlich des Preis-Leistungs-Verhältnisses (Abb. 1).

Ziel dieses Beitrags ist es, die Wechselwirkungen der Marktentwicklung bei Reisen mit FLB mit dem Personennahverkehr darzustellen.

Abbildungen: exeo Strategic Consulting AG

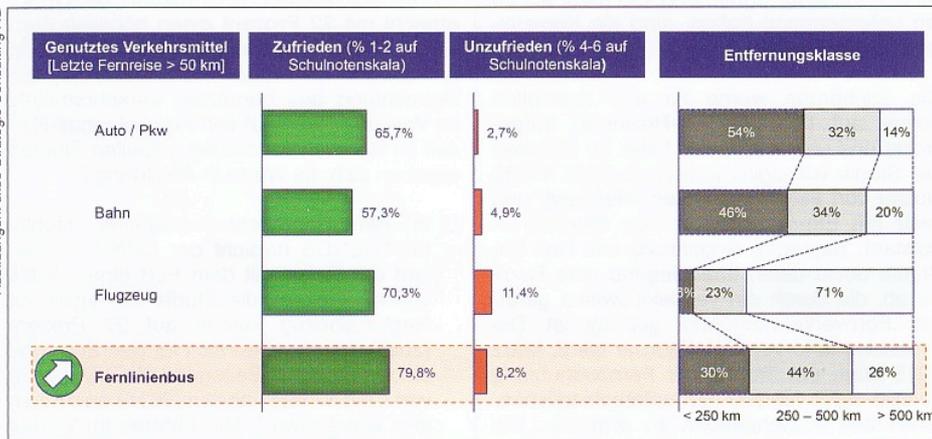


Abb. 1: Zufriedenheit und Entfernungsklassen unterschiedlicher Verkehrsmittel.

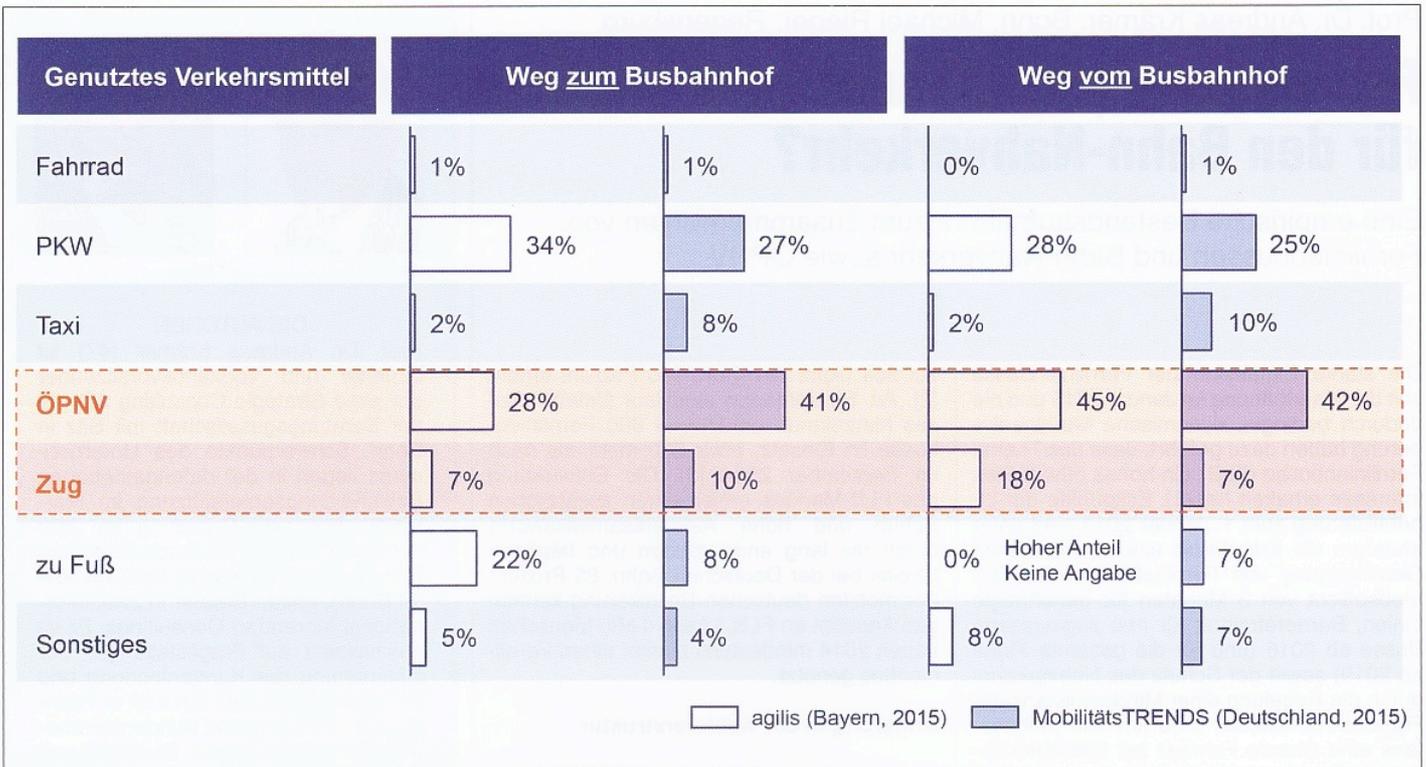


Abb. 2: Vor und Nachlauf FLB Reisen.

len. Dabei sollen die folgenden Fragen beantwortet werden:

- Welche Bedeutung hat der ÖPNV im Rahmen des Vor- und Nachlaufs einer Reise mit dem Fernlinienbus? Verfügen die Reisenden grundsätzlich über einen Bedarf an ÖPNV-Mobilität im Vor- oder Nachlauf der Reise?
- Welche Wirkungen gehen im Hauptlauf der Reise vom Angebot an Fernlinienbussen auf den Schienenpersonenverkehr aus? Hier besteht eher eine Wettbewerbssituation mit Kannibalisierungswirkungen für das Bahnsystem. Vor der Marktliberalisierung wurde davon ausgegangen, dass vor allem Reisende mit Pkw (MIV) und Mitfahrgelegenheiten zum FLB verlagert werden und weniger aus dem Bahnsystem [6].
- Wie gestaltet sich die Zukunftsfähigkeit des Geschäftsmodells von Fernlinienbussen und welche Parameter sind hier besonders relevant?
- Welche Auswirkungen haben das Preisniveau und die Preiskommunikation der Fernlinienbus-Betreiber auf das allgemeine Preisempfinden für Mobilität und den ÖPNV?

Studiendesign und Methodik: Zwei aktuelle Studien

Die nachfolgenden Überlegungen basieren auf zwei unabhängigen Studien zum Thema

Nutzung von Fernlinienbussen, die zusammengeführt analysiert werden. Es handelt sich hierbei um die Langfrist-Studie **MobilitätsTRENDS** und die Erhebung zur Fernlinienbusnutzung von **agilis**.

MobilitätsTRENDS 2015 ist eine Studie zur Ermittlung und Bewertung von Trends im Mobilitätsmarkt [7]. Sie wird jährlich mehrmals als Kooperationsprojekt der exeo Strategic Consulting AG und der Rogator AG durchgeführt. Grundlage der Untersuchung ist eine repräsentative Online-Befragung von rund 4500 Personen ab 18 Jahren (deutschsprachige Bevölkerung im D-A-CH-Gebiet). Personen, die in den letzten zwölf Monaten Reisen mit einer Entfernung von mehr als 50 km unternommen haben, sind die Kernzielgruppe der Studie.

Die Stichprobe wurde für den speziellen Fokus auf Fernlinienbus-Reisende aufgestockt und umfasst n=350 Fälle. Im Rahmen der Studie von **agilis** wurden in 2015 n=332 Nutzer von Fernlinienbussen interviewt, und zwar mit Ein-/Ausstieg in den Städten Ingolstadt, Bayreuth, Regensburg und Hof. Die Studie deckt damit überwiegend eine Region ab, die durch ein vergleichsweise geringes Fernverkehrsangebot geprägt ist. Die Erhebung fand vom 27. Februar bis 2. März 2015 statt, um Trends zur Fernbusnutzung in den **agilis**-Netzen an unterschiedlichen, relevanten Verkehrstagen zu ermitteln. Die Fernbusfahrgäste wurden unter anderem zur Verkehrsmittelwahl entlang der Reisekette,

zu Reismotiven, Fahrtzweck und Nutzungshäufigkeit befragt.

Bedeutung des ÖPNV für Vor- und Nachlauf

In der aggregierten Betrachtung über alle Verkehrsmittel erreicht der ÖPNV bei Reisen in Deutschland (unter Einbeziehung der Bahn) einen Anteil von 26 Prozent des Vorlaufs. Der Pkw spielt hier mit einem Anteil von 49 Prozent die größte Rolle. Mietwagen und Carsharing erreichen einen Anteil von jeweils zwei Prozent. Beim Nachlauf ist der Pkw-Anteil deutlich reduziert (27 Prozent), der ÖPNV erreicht mit 32 Prozent einen höheren Wert als im Vorlauf. Ebenfalls erhöhte Werte sind für Taxi und Mietwagen festzustellen [8]. Bei Betrachtung des genutzten Verkehrsmittels im Vor- und Nachlauf von Fernlinienbus-Reisen im Rahmen der beiden aktuellen Studien ergeben sich die Werte in Abbildung 2.

- In der Repräsentativerhebung **MobilitätsTRENDS** erreicht der ÖPNV im Vorlauf der Reise mit dem FLB einen Anteil von 41 Prozent, die Studie von **agilis** mit Regionalbezug kommt auf 27 Prozent (zusätzlich ergeben sich für den Zug rund sieben Prozent). Bezogen auf ein Volumen von rund 17 Mio Fahrten (2014) errechnen sich somit etwa 7 Mio Fahrten im Vorlauf mit dem ÖPNV.
- Für den Nachlauf ergeben sich mit 45 Pro-

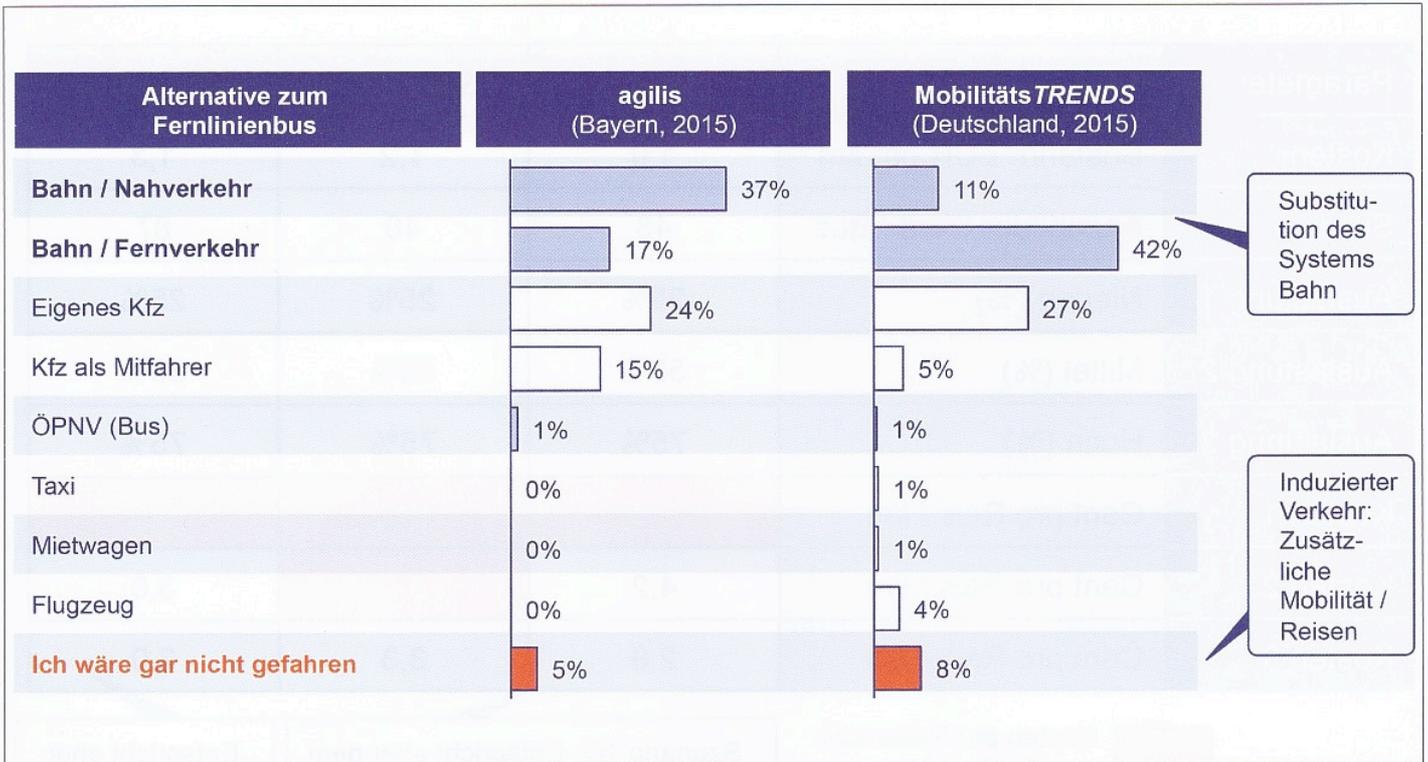


Abb. 3: Substitutionsbeziehungen.

zent/42 Prozent in beiden Studien ähnlich hohe Werte für den ÖPNV. Damit wird deutlich, dass FLB-Reisende eine überdurchschnittlich hohe ÖPNV-Affinität im Vor- und Nachlauf der Fernreise haben. Grund dafür kann sein, dass die überwiegend jüngeren Reisenden mit dem System ÖPNV besser vertraut sind. Wie bereits eine Analyse der Treiber für die ÖPNV-Nutzung im Vor- und Nachlauf von Fernreisen gezeigt hat, spielen die Faktoren Altersklasse und Ortsgröße eine wesentliche Rolle [8].

Der Anbieter FlixBus ist mit einer eigenen Studie im April 2014 an die Öffentlichkeit gegangen. Fazit von Geschäftsführer André Schwämmlein: „...Knapp drei Viertel der Reisenden nutzen den öffentlichen Nahverkehr zum Abfahrtsort ihres Fernbusses. Eine Verbannung in die Peripherie ist hier nicht die Lösung. Eine Haltestelle am Flughafen, bei der das ÖPNV-Ticket in die Innenstadt mehr kostet als die gesamte Fernbusreise, ist für unsere Kunden keine Alternative“ [9].

Gegenüber dieser Studie kommen die eigenen beiden Untersuchungen insgesamt zu einem niedrigeren ÖPNV-Anteil. Dies liegt möglicherweise an der Art der Fragestellung. So wurde laut Ergebnisbericht die An- und Abreise aggregiert erfasst: („Welches Verkehrsmittel hast du für die An- und Abreise zur FlixBus-Haltestelle genutzt?“). Als Zwischenfazit bleibt festzuhalten: ÖPNV- und Fernlinienbusnutzung sind eng verwoben. Ob zusätzliche Nachfrage für den ÖPNV

generiert wird, hängt im Wesentlichen davon ab, woher diese Nachfrage stammt. So ist zu unterscheiden zwischen induziertem Verkehr („hätte die Reise ohne das Angebot eines Fernlinienbusses gar nicht unternommen“) und substituierter Nachfrage („hätte alternativ zum Fernlinienbus ein anderes Verkehrsmittel gewählt“). Auch vor diesem Hintergrund ist die Betrachtung der Wettbewerbsbeziehung im Hauptlauf der Reise näher zu untersuchen.

Wettbewerb zwischen Fernlinienbus und Bahn

In beiden empirischen Untersuchungen sind die alternativen Verkehrsmittel zur aktuellen Reise mit dem FLB erfasst worden, allerdings kommen sie zu teilweise unterschiedlichen Ergebnissen (vgl. Abb. 3):

- In der aggregierten Betrachtung kommen beide Studien zum Ergebnis, dass das System Bahn in besonderem Maß durch Fernlinienbusse substituiert wird. Entgegen der weit verbreiteten Vorstellung, Fernlinienbusse würden primär neue Nachfrage erzeugen und insbesondere Pkw-Reisen zum umweltfreundlichen Fernbus „umleiten“, stehen Fernlinienbusse und Bahnen in stärkstem Wettbewerb. Dies ist nicht überraschend, sind doch die Systeme Bahn und Fernlinienbus einander grundsätzlich sehr ähnlich. Anfang

2015 gaben etwa 80 Prozent der mobilen Bevölkerung an, dass sie das Angebot von Fernlinienbussen kennen. Bei Bahnreisenden erhält der Fernlinienbus als Alternative eine zunehmend stärkere Relevanz – der Anteil im so genannten „Evoked Set“ an Verkehrsmitteln in der Reiseentscheidung nimmt zu. In der konkreten Entscheidung Bahn vs. Fernlinienbus überzeugt dann häufig der deutliche Preisvorteil des Fernlinienbusses. Als Motiv für die Nutzung des Busses nennen in der agilis-Studie 73 Prozent der Befragten den günstigen Preis. Die Faktoren Komfort oder Entertainment spielen eine deutlich geringere Rolle. Dies bestätigt auch die VCD-Studie aus 2014 [5] (Bedeutung „Kosten der Fahrt“: 77 Prozent).

- Zu deutlich unterschiedlichen Ergebnissen kommen die Studien in Hinblick auf die Kannibalisierung des Bahn- oder -fernverkehrs. Die Regionalstudie von agilis ermittelt die stärkste Substitutionswirkungen für den Bahnverkehr (37 Prozent, Bahnfernverkehr 17 Prozent). MobilitätstRENDS 2015 (repräsentativ für Gesamtdeutschland) kommt zu einem anderen Bild: Bei elf Prozent der FLB-Fahrten handelt es sich um Verlagerungen vom Bahn-Regionalverkehr (hochgerechnet rund 2 Mio Fahrten). Diese unterschiedlichen Studienergebnisse lassen sich allerdings erklären: Reisende zwischen Großstädten weisen grundsätzlich einen höheren Fernverkehrsanteil (bei Bahnreisen ab 100



Parameter	Einheit	Szenario 1	Szenario 2	Szenario 3
Kosten	Busfahrt: EUR pro km	1,0	1,2	1,3
Sitze	Anzahl der Sitze / Bus	48	48	87
Auslastung 1	Niedrig (%)	25%	25%	25%
Auslastung 2	Mittel (%)	50%	50%	50%
Auslastung 3	Hoch (%)	75%	75%	75%
Kosten 1	Cent pro Reis./ km	8,3	10,0	6,0
Kosten 2	Cent pro Reis./ km	4,2	5,0	3,0
Kosten 3	Cent pro Reis./ km	2,8	3,3	2,0

Kosten pro Reisender von 5+ Cent / km

Szenario 1/2: Entspricht eher dem konventionellen Geschäftsmodell

Entspricht eher Megabus

Abb. 4: Kosten pro FLB-Reisenden nach Auslastungsgrad.

km etwa zu 2/3 auf Bahn-Fernverkehrsnutzungen und zu 1/3 auf Bahn-Nahverkehrsnutzungen auf. Im konkreten Fall der Grundgesamtheit der agilis-Studie handelt es sich häufig um Verbindungen zwischen Städten im ländlichen Raum ohne ausreichenden Fernverkehr-Anschluss. DB Fernverkehr hat sich während der letzten Jahre in einigen Bundesländern verstärkt aus der Fläche zurückgezogen, sobald das Angebot nicht mehr kostendeckend war. In Bayern trifft dies beispielsweise für die Strecke München–Regensburg–Hof, die aktuell von der Länderbahn bedient wird, zu. Als Ersatz für ehemalige SPNV-Verbindungen haben die Aufgabenträger teilweise Regionalzüge mit Fernverkehrscharakter bestellt: Zahlreiche Züge im SPNV fahren mittlerweile Strecken über 50 km und sind folglich per definitionem zum Fernverkehr zu rechnen [10]. Die Studienergebnisse verdeutlichen, dass es je nach regionaler Wettbewerbssituation zu verstärkten Substitutionsbeziehungen zwischen FLB und Bahnregionalverkehr kommen kann, die erheblich von den mittleren Werten für Deutschland abweichen können.

□ Ernüchternd sind die beiden Studienergebnisse im Hinblick auf den Anteil des induzierten Verkehrs („Ich wäre ohne das Fernlinienbusangebot gar nicht gefahren“). Deutschlandweit ist demzufolge mit einem

Anteil von acht Prozent zu rechnen. Das bedeutet: Von 100 Reisenden im Fernlinienbus unternehmen acht Personen nur durch das spezielle Fernlinienbus-Angebot eine Reise, bei 92 Personen handelt es sich um Nachfrageverlagerung von anderen Verkehrsmitteln. Frühere Erhebungen aus 2014, wie IGES [9] und VCD [5], kommen zu leicht höheren Werten für den induzierten Verkehr von etwa zehn Prozent.

Zukunftsfähigkeit des FLB-Geschäftsmodells

Um die Wirtschaftlichkeit des Geschäftsmodells abzuschätzen, werden im Folgenden drei Szenarien beleuchtet: Diese bilden in den ersten beiden Varianten herkömmliche Geschäftsmodelle mit Kapazitäten von < 50 Sitzen pro Bus ab (beim Kostensatz wird zwischen 1,0 und 1,2 Euro pro gefahrenem km unterschieden). Da Megabus ein differenziertes Geschäftsmodell besitzt (eigene, deutliche größere Busse), wird Szenario 3 zusätzlich mit in die Betrachtung einbezogen (geschätzter Kostensatz von 1,3 Euro pro gefahrenem km).

Weiterhin wird der Auslastungsgrad in drei Ausprägungen, und zwar gering (25 Pro-

zent), mittel (50 Prozent) und hoch (75 Prozent) betrachtet. Als Ergebnis zeigen sich neun unterschiedliche Kostensätze, die die Bandbreite im Markt abdecken sollen (Abb. 4). In der Graphik markiert sind Kostensätze von 5 und mehr Cent pro beförderter Person und gefahrenem km. Ein Kostensatz von 5 Cent/Person und km wird bei Betriebskosten von 1,20 Euro pro gefahrenem km und einem mittleren Auslastungsgrad von 50 Prozent erreicht (Abb. 4).

Ein wesentlicher weiterer Parameter für die Wirtschaftlichkeit des Geschäftsmodells ist der im Mittel erzielte Preis beziehungsweise für obige Betrachtung der Erlös pro Pkm (Yield). Im Rahmen der Studie MobilitätsTRENDS wurden die gezahlten Preise für das Ticket mit dem Fernlinienbus sowie die zurückgelegte Distanz erfasst. Beim km-Erlös zeigt sich eine erhebliche Bandbreite, die kumulierte Häufigkeitsfunktion ist in Abbildung 5 dargestellt. Der Median der Fahrpreise liegt bei 5 Cent/km, das heißt, je 50 Prozent der Werte liegen darunter und darüber. Beim Nettoerlös sind Mehrwertsteuer und gegebenenfalls Fremdprovisionen abzuziehen (Abb. 5). Für Januar 2015 recherchierte des Online-Portal CheckMyBus für Inlandsreisen mit dem FLB einen km-Preis von 5,3 Cent. Eine aktualisierte Analyse des Preisniveaus Mitte 2015 kommt zu ähnlichen Ergebnissen.

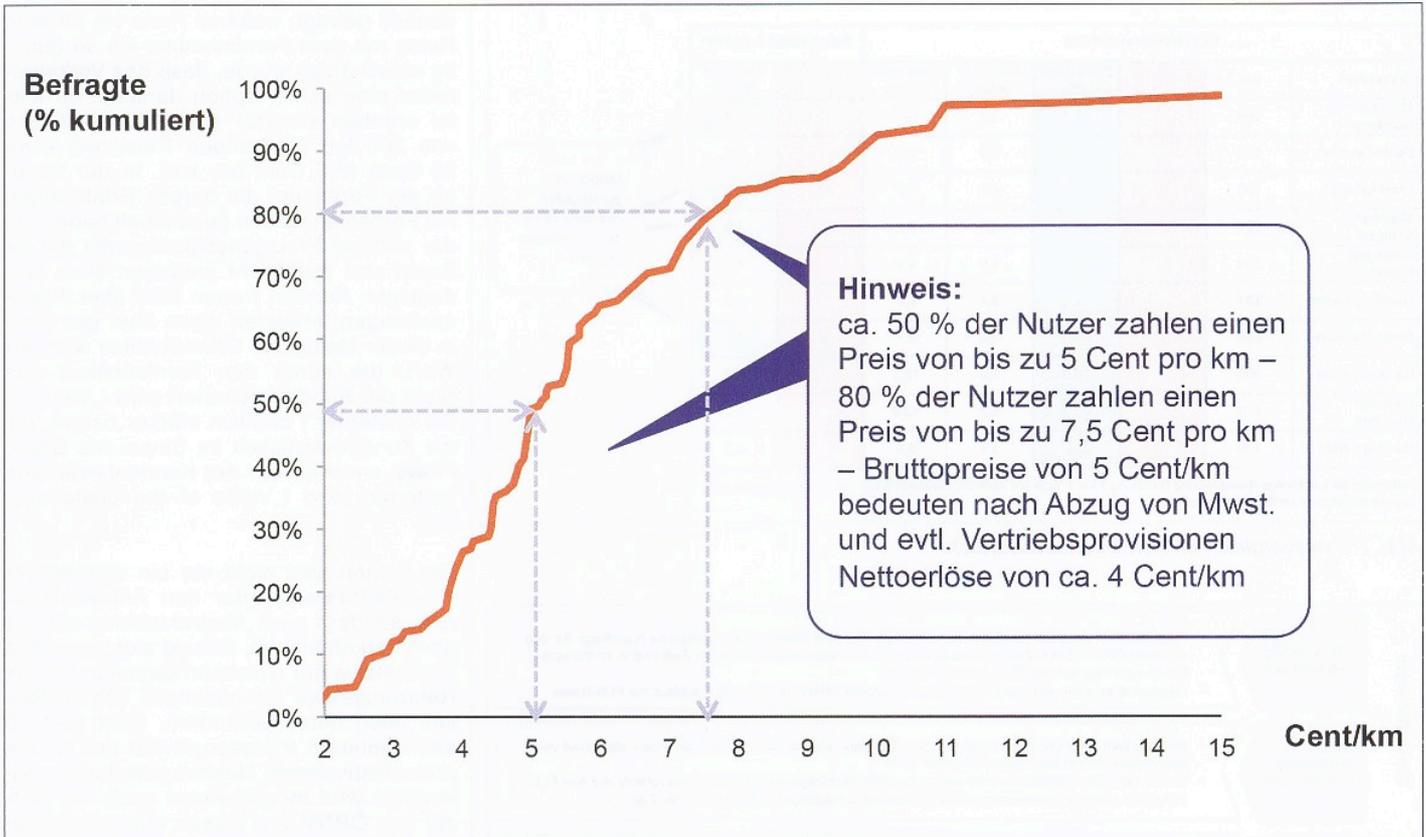


Abb. 5: Verteilung der gezahlten Preise für die Fahrt mit dem FLB pro km.

Bei Gegenüberstellung der Kosten und Erträge pro km zeigt sich, dass beim Einsatz konventioneller Busse mittlere Auslastungen von 50 Prozent erforderlich sind. Aufgrund der erheblich größeren Kapazitäten im Szenario 3 liegt der Break-even-Auslastungsgrad c.p. deutlich geringer als bei der Konkurrenz. Die absolute Anzahl der Personen, auf die die Kosten umgelegt werden, ist im Szenario 3 damit größer als bei Szenario 1/2. In absoluten Zahlen muss ein Geschäftsmodell Megabus relativ mehr Personen befördern, um den Kostennachteil auszugleichen. Die größeren Busse erfordern damit auch zwingend eine größere Nachfrage in dem Geschäftsmodell. Gleichzeitig wird ein anderes Problem deutlich, welches die Kostenperspektive der Anbieter betrifft. Kurzfristig lassen sich möglicherweise positive Deckungsbeiträge aus einem Yield von weniger als 5 Cent pro km erwirtschaften (vgl. Abb. 5), mittel-/langfristig müssen aber die vollen Kosten angesetzt werden, insbesondere um anstehende Investitionszyklen finanzieren zu können [12].

Auch vor dem Hintergrund der Expansionspläne von Megabus ist erklärbar, dass in der Phase der Angebotsausdehnung im April 2015 von Megabus teilweise Preise pro km von weniger als 1 Cent angeboten wurden. Extrem niedrige Ankerpreise bilden ein zentrales Kommunikationselement zur Mobilisierung von Nachfrage (Abb. 6).

Dass es sich dabei nicht nur um Lockangebote handelt, zeigt eine aktualisierte Analyse der günstigsten verfügbaren Preise für zehn Kernrelationen, die bereits 2014 durch den VCD untersucht wurden [5]. Für die Phase des Markteintritts von Megabus (Anfang Apr-

ril 2015) wurden die verfügbaren Preise der FLB-Anbieter überprüft. Auf den Strecken, die Megabus in der Linienplanung aufgenommen hatte, war der Anbieter klarer Preisführer. Umgerechnet auf den km ergeben sich Preise von etwa 1-2 Cent (Abb. 7).

Leistungsversprechen im Außenauftritt:

Aktuelle Werbekampagne und Erscheinungsbild Megabus ...

... Und verfügbare Preise im Markt		(am Beispiel der Relation Nürnberg – München)	
27 Aug 03:45	2h 45min	27 Aug 06:30	megabus.com
Nürnberg, Busbahnh...	München, ZOB Hacker...	Komfortpunkte: 4	1,50 €
27 Aug 03:45	3h 26min	27 Aug 07:10	megabus.com
Nürnberg, Busbahnh...	Feldkirchen, Otto-Lilie...	Komfortpunkte: 4	22,50 €
27 Aug 05:30	2h 15min	27 Aug 07:45	FlixBus
Nürnberg, Busbahnh...	München, ZOB Hacker...	Komfortpunkte: 6	5,00 €
27 Aug 05:45	2h 5min	27 Aug 07:50	FlixBus
Nürnberg, Busbahnh...	München, ZOB Hacker...	Komfortpunkte: 6	13,00 €

Abb. 6: Preiswerbung Megabus.



VCD Bahntest 2014/15						Test Abfahrt 9.4.2015*	
Testrelation	km	Preis FLB (€)	Preis Bahn (€)	Yield FLB (€/km)	Yield Bahn (€/km)	Preis FLB (€)	Yield FLB (€/km)
München-Nürnberg	169	5,8	18,1	3,5	10,7	2,2	1,3
Berlin-Dresden	187	5,8	17,1	3,1	9,2	7,0	3,7
Frankfurt-Köln	190	7,9	17,5	4,1	9,2	4,8	2,5
München-Stuttgart	221	7,4	16,7	3,3	7,6	4,2	1,9
Göttingen-Frankfurt	235	10,9	23,3	4,6	9,9	11,0	4,7
Hamburg-Berlin	294	10,1	27,0	3,4	9,2	8,4	2,9
Berlin-Hannover	296	11,2	25,8	3,8	8,7	3,0	1,0
Karlsruhe-Köln	302	16,3	30,6	5,4	10,1	13,5	4,5
Freiburg-München	412	15,0	43,0	3,7	10,4	13,8	3,3
Hamburg-Köln	430	16,7	25,2	3,9	5,9	18,0	4,2

* Mittelwert für kurzfristige Reiseplanung (Buchung 8 bis 1 Tage vor Abfahrt); Recherche auf www.busliniensuche.de; jeweils günstigster verfügbarer Preis.

Megabus = günstigster Anbieter unter den Fernlinienbussen

Abb. 7: Preisvergleich im Fernlinienbus-Bereich.

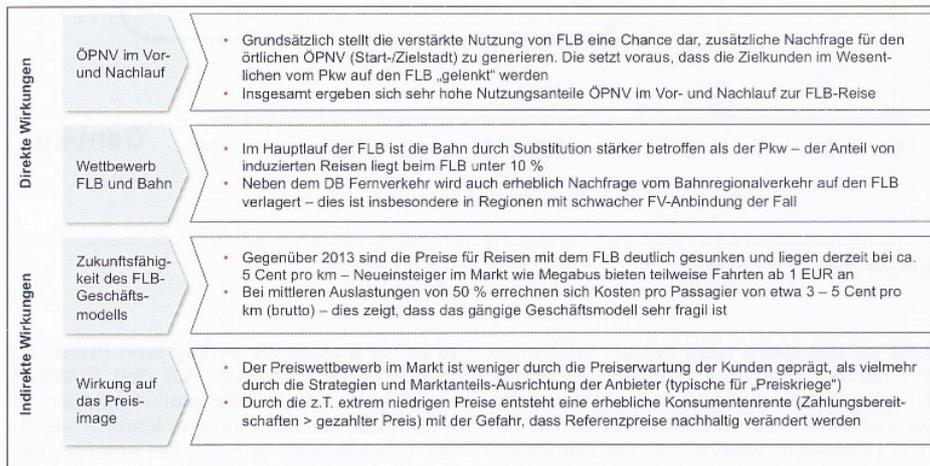


Abb 8 Überblick über die Kernergebnisse.

Weiter ist zu beachten, dass der Preisspielraum nach oben aus mehreren Gründen insgesamt begrenzt ist: (1) die Eintrittsbarrieren für neue Anbieter sind relativ gering – wie das Beispiel Megabus zeigt, (2) der Preis stellt den entscheidenden Wettbewerbsfaktor im Markt dar und (3) von Seiten der Deutschen Bahn sind zunehmend auch Abwehraktivitäten zu erwarten und bereits zu beobachten, trotz der ursprünglichen Ankündigung, sich nicht an einem Preiswettbewerb zu beteiligen. Jüngstes Angebot des DB Fernverkehrs ist der Sparpreis ab 19 Euro, der im Juni/Juli 2015 mit hoher Verfügbarkeit angeboten wurde. In rund sechs Wochen Verkaufsperiode wurden etwa 2,4 Mio Fahrten des 19-Euro-Sparpreises verkauft. Im Vergleich dazu beträgt der gesamte Fahrtenabsatz der Fernlinienbusse im gleichen Zeitraum rund 2,3 Mio Stück.

Die Parameter Preis und Reisezeit dieses Angebotes zeigen sich beispielhaft anhand

einer konkreten Relation im Vergleich zu Fernlinienbus-Angeboten: Bei einer Buchungsanfrage am 18. Juni 2015 für den 25. Juni 2015 (1 Woche Vorausbuchung) für die Relation Nürnberg-München (Abfahrt zwischen 9 und 12 Uhr) bietet der DB Fernverkehr den günstigsten Preis mit 19 Euro (Fahrzeit 1:10). Mit BahnCard 25 ergeben sich 14,25 Euro pro Fahrt, wobei auch die kostenlose Nutzung des ÖPNV (City-Ticket) enthalten ist. Der günstigste FLB-Anbieter ist MeinFernbus mit einem Preis von 5 Euro (Fahrzeit 2:05). Außerhalb des definierten Zeitfensters bietet Megabus Preise ab 1,50 Euro pro Fahrt an. Die Ausgaben der eventuellen ÖPNV-Nutzung müssten bei den Fernlinienbus-Angeboten entsprechend hinzugerechnet werden.

Wirkungen auf das Preisimage

Im Rahmen der Studie MobilitätsTRENDS wurde die mobile deutsche Bevölkerung

danach gefragt, welchen Preis sie für eine Reise mit dem Fernlinienbus als so günstig einschätzen würde, dass das Verkehrsmittel eine echte Option darstellt. Im Mittel ergeben sich für eine Beispielstrecke von 300 km (4 Stunden Reisezeit) etwa 25 Euro (8,5 Cent pro km). In der Gruppe der Personen, die bereits Erfahrungen mit Fernlinienbussen gesammelt haben, ist der mittlere Preisgünstigkeitspunkt mit 24 Euro/Fahrt nur leicht niedriger. Dies verdeutlicht: Kunden freuen sich über Preissenkungen, erwarten diese aber gar nicht in dieser Heftigkeit. Offensichtlich wird der Wert, der durch den Fernlinienbus aus Sicht der Kunden generiert wird („Value to the customer“) deutlich stärker betont, als die Kundenwertigkeit im Sinne des Cash-Flows, welcher aus der Kundenbeziehung generiert wird („Value of the customer“) [13].

Die Folgen sind nicht nur ein aggressiver Preiswettbewerb unter den Anbietern direkt, sondern auch Abstrahleffekte auf andere Verkehrsmittel. Sobald sich auch aus Perspektive der typischen Bahnkunden die Referenzpreise für günstiges (Bahn-)Reisen nach unten verändern, führt dies zu einer höheren Preissensitivität und einem preiselastischeren Nachfrageverhalten. Allerdings wird möglicherweise auch der Nutzer des ÖPNV von diesen unerwünschten Abstrahleffekten nicht verschont bleiben. Das bringt auch Verkehrsverbände in „Erklärungsnot“, die beispielsweise für Kurzstrecken in der Stadt für 1 bis 1,5 km Fahrstrecke etwa 1,25 bis 1,90 Euro verlangen, wenn gleichzeitig Megabus im genannten Fall eine Fahrt von Nürnberg nach München (rund 170 km) zum Preis von 1,50 Euro anbietet.

Ausblick: Implikationen für den ÖPNV und den SPNV

Die eindeutig positive Bewertung der Liberalisierung des Marktes für Reisen mit Fernlinienbussen (Sicherstellung von preiswerten Mobilitätsangeboten, Erhöhung der Wettbewerbsintensität und damit verbunden wohlfahrtsökonomische Vorteile sowie eine Verbesserung der Umweltbilanz) ist möglicherweise bei genauerer Analyse nicht so eindeutig positiv, wie dies auf den ersten Blick erscheint und auch in Presse und Öffentlichkeit dargestellt wird (Abb.8).

Die positiven Nachfrageeffekte für den ÖPNV im Vor- und Nachlauf könnten durch die Kannibalisierungseffekte im Hauptlauf überkompensiert werden. Dafür liefern die empirischen Studien eindeutige Hinweise. Schwer abschätzbar – aber durchaus mittelfristig relevant – sind die Wirkungen des aktuellen Preiswettbewerbes und -kampfes auf das allgemeine Preisempfinden für Mobilitätsleistungen, sei es Bahnverkehr, sei



es der ÖPNV. Der vorliegende Beitrag hat nicht den Anspruch, einen volkswirtschaftlichen Vergleich der Effizienz von Verkehrsmitteln anzustellen [14], sondern bezieht sich auf die Perspektive der Unternehmen im (Bahn-) Nahverkehr sowie auf einzelne Aspekte, die für eine gesamthafte Beurteilung der Auswirkungen von FLB-Reisen wichtig erscheinen.

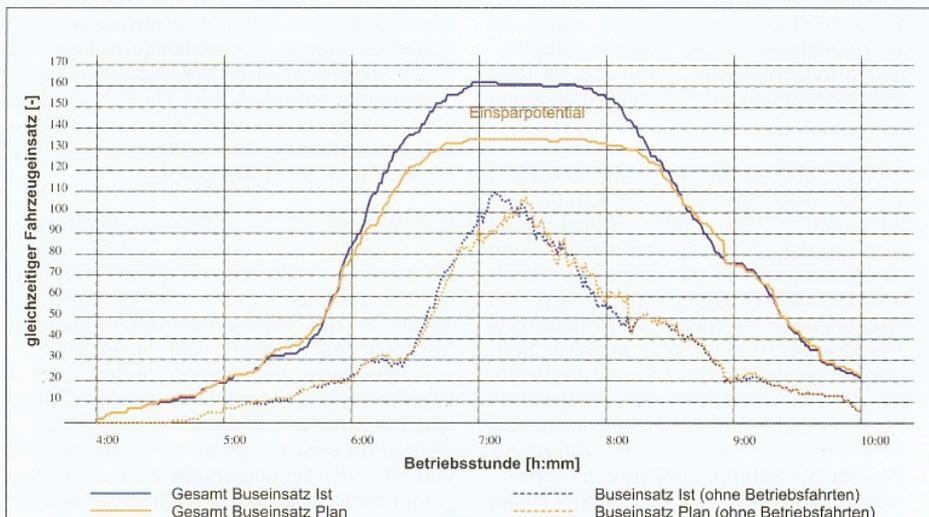
Literatur/Anmerkungen

- [1] Krämer, A.: Runder Tisch: Entwicklungstendenzen des Fernbuslinienverkehrs MobilitätstRENDS 2014 - Ausgewählte Ergebnisse zum Marktpotenzial für Fernlinienbusse, Nürnberg, 2. April 2014.
- [2] Fockenbrock, D.: Die Schotten kommen. Handelsblatt v. 27.4.2015, S. 26.
- [3] Kiewitt, A.: Fernbus: EvoBus rechnet mit weiterem Wachstum. Download www.busplaner.de V. 21.5.2015.
- [4] Krämer, A., Jung, M.: Zwischen Preiswettbewerb und Preiskampf - Das Spannungsfeld zwischen Nachfrageboom und Preiserosion bei Reisen mit Fernlinienbussen. Internationales Verkehrswesen, 66 (4), 2014, S. 58 - 60.
- [5] VCD Bahntest 2014/2015: Die Bahn im Vergleich mit Fernlinienbus und Auto. Dez. 2014 (ohne Ort).
- [6] V. Hirschhausen, C., Walter, M.: Potenziale des Fernlinienbusverkehrs, Fachgespräch der Bundesfraktion von Bündnis 90/Die Grünen, Berlin, 2. Juni 2008.
- [7] Krämer, A., Hercher, J.: Der Weg ist das Ziel – länderübergreifende Studie zu Reiseverhalten und -trends. Research & Results, Heft 5./2014, S. 42 - 43.
- [8] Krämer, A.: Co-Modalität und wie der öffentliche Personennahverkehr gewinnen kann – eine Bestandsaufnahme zur Vernetzung von Nah- und Fernverkehr. DER NAHVERKEHR, Heft 4/2015, S. 7 - 11.
- [9] N.N.: Vergleich der Fernbusbahnhöfe in Deutschland. Omnibus-Revue v. 1.4.2014.
- [10] Bayerische Eisenbahngesellschaft mbH: Der Fernbusmarkt in Deutschland – Konkurrenz auch für den Regionalverkehr? Bahnland Bayern News, 3/2014, S. 1 - 7.
- [11] IGES: Bahnkunden und Autofahrer lassen Fernbusmarkt wachsen. Pressemitteilung 17.4.2014.
- [12] Krämer, A.: Pricing in a VUCA World - How to Optimize Prices, if the Economic, Social and Legal Framework Changes Rapidly. In: Mack et al. (Hrsg.), Managing in a VUCA World. Springer, New York 2015, S. 115-128.
- [13] Burgartz, T., Krämer, A.: Measures to Understand and Control Customer Relationship and Loyalty. In: Mack et al. (Hrsg.), Managing in a VUCA World. Springer, New York 2015, S. 99-114.
- [14] IGES: Faktenpapier Straße-Schiene _ Vergleich der Infrastrukturentgelte und Besteuerungslasten auf Straße und Schiene mit besonderer Berücksichtigung des Fernbusses. Berlin, 29. Mai 2015.

Korrektur

In dem Beitrag "Optimierung des Schülerverkehrs durch Schulzeitstaffelung von Tobias Bornhofe, Armin Fügenschuh, Wolfgang Kittler und Viola Wannemacher in DER NAHVERKEHR 4/2015, Seite 19-24 ist durch einen technischen Fehler die Abbildung 8 auf Seite 23 nur unvollständig abgedruckt worden. Dadurch ist das erzielte Einsparpotenzial nicht erkennbar. Wir zeigen die Abbildung 8 hier nun vollständig und bitten, diesen Fehler zu entschuldigen.

Die Redaktion



Fahrzeugeinsatz in der Morgenspitze (Ist/Plan)

Fahrgastzählung mit FadaPlus

- Automatische Zählung
- Integration
- Hochrechnung
- SPNV-Schichtung
- Qualifizierte Unterstützung

Alles aus einer Hand!

Unternehmensberatung für Verkehr und Technik GmbH

Josefsstr. 54-56
D-55118 Mainz
06131-60 40 61
info@uvt.de
<http://www.uvt.de>

Hier könnte Ihre EMPFEHLUNGSANZEIGE stehen

Mit 5 oder 10 Anzeigen im Format 60 mm x 57 mm präsentieren Sie Ihr Unternehmen und Ihre Dienstleistungen kostengünstig potenziellen Kunden.

Nächster Erscheinungstermin:
12. September 2015
Anzeigenschluss:
26. August 2015

Kontakt: Andrea Kött
Telefon: 0211 / 505-26536
E-Mail: andrea.koett@dvvmedia.com

Verkehrs- & Regionalplaner

Wir finden Wege.

- Verkehrserhebungen
- ÖPNV-Angebotsplanung
- ÖPNV/SPNV-Betriebsplanung
- Erlösprognosen
- Vergabeverfahren
- Mobilitätskonzepte

PROZIV-Verkehrs- & Regionalplaner · GmbH & Co. KG
Warschauer Str. 59a · 10243 Berlin · T 030-29339690 · www.proziv.de

Fahrzeitanalyse mit FadaPlus

- Fahr- und Verlustzeiten
- Pünktlichkeit
- Schwachstellenanalyse
- Erfolgskontrolle
- Planung und Beratung

Integration Ihrer Daten!

Unternehmensberatung für Verkehr und Technik GmbH

Josefsstr. 54-56
D-55118 Mainz
06131-60 40 61
info@uvt.de
<http://www.uvt.de>