

---

**Runder Tisch: Entwicklungstendenzen des Fernbuslinienverkehrs**

# **Mobilitäts *TRENDS* 2014**

**- Ausgewählte Ergebnisse zum Marktpotenzial für Fernlinienbusse -**

Nürnberg, 2. April 2014

Verantwortlich:

Prof. Dr. Andreas Krämer  
**exeo** Strategic Consulting AG  
Wittelsbacherring 24, D-53115 Bonn  
Tel: +49 (0) 178 256 22 41  
Fax: +49 (0) 228 629 78 51  
andreas.kraemer@exeo-consulting.com  
[www.exeo-consulting.com](http://www.exeo-consulting.com)

Johannes Hercher  
**Rogator AG**  
Emmericher Straße 17, D-90411 Nürnberg  
Tel: +49 (0) 911 8100550  
Fax: +49 (0) 911 8100570  
j.hercher@rogator.de  
[www.rogator.de](http://www.rogator.de)

## Agenda

---

### 1. Studiendesign Mobilitäts *TRENDS*

2. Ergebnisse Mobilitäts *TRENDS* 1. Welle 2013

3. Ergebnisse Mobilitäts *TRENDS* 2. Welle 2013

---

- 
- A silver metal paperclip is positioned at the top left corner of the white paper graphic, appearing to hold it in place.
- Basis: **Deutsche Wohnbevölkerung** ab 18 Jahren / Fokus: **Fernreisende**.
  - Onlinestudie (n= ca. 2.400) mit **2.045 Personen**, die in den letzten 12 Monaten mindestens eine Fernreise (> 100 km) innerhalb Deutschlands bzw. ins Ausland unternommen haben.
  - Durchführung: **April / Mai 2013** (1. Welle) und **Dez. 2013** (2. Welle).
  - **Bevölkerungsrepräsentatives Studiendesign** (Ankerung der Onlineergebnisse an verfügbaren Sekundärstatistiken).
  - Inhaltliche **Themen**: (a) Mobilität allgemein (b) spezifische Themen (aktuell).
  - Studie als **Wiederholungsmessung** (mind. 2 mal pro Jahr) angelegt.
  - **Zielsetzung**: Messung von Mobilitätsstrukturen, deren Veränderungen im Zeitablauf sowie Erfassung und Quantifizierung von Mobilitätstrends.
  - **Kooperationsstudie** der exeo Strategic Consulting AG und Rogator AG (Träger Marktforschungs-Innovationspreis 2013).

# Inhaltliche Themen der Studie (a) Mobilität allgemein und (b) spezifische Themen (aktuell) – die spezifischen Themen sind flexibel definierbar



## Studienaufbau MobilitätsTRENDS 2014 (2. Untersuchungswelle)

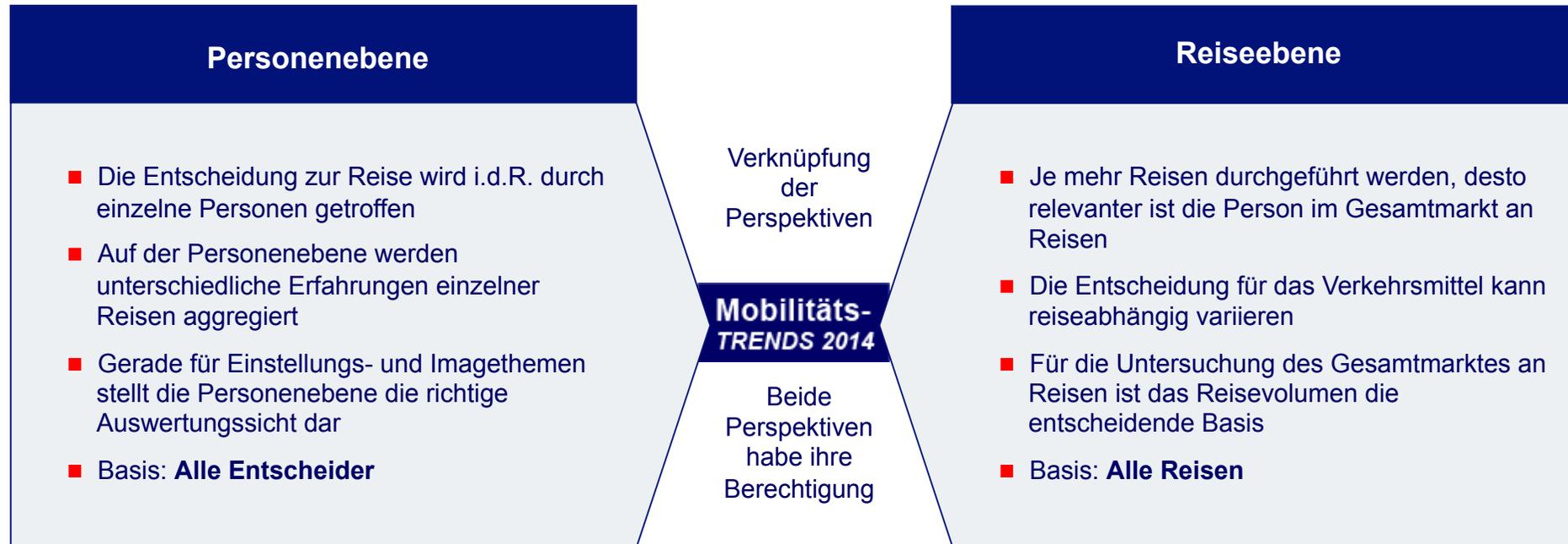
Inhalt / Themenblöcke			Zielsetzung
<b>A</b>	Altersstruktur / Wohnsitz	Mobilität Fernreisen Hauptinterview: Mobile Bev.	Screening und Vorselektion
<b>B</b>	Mengengerüst Reisen Inland / Ausland nach VM	Nutzung Anbieter / Reiseanlässe etc.	Gesamtmobilität Sicht 12 Monate
<b>C</b>	Profil letzte Fernreise (Details zur Reise)	Bewertung VM (inkl. Evoked Set) / Entscheidungsprozess	Verkehrsmittelwahl letzte Reise
<b>D</b>	Fernlinienbus	eMobilität / Elektro-Antrieb	Sonderthemen / Trends im Markt
<b>E</b>	Pkw-Besitz, Fahrleistung pro Jahr; Pkw-Modelle im HH	Wohnort (Bundesland), Besitz Kundenkarten etc.	Beschreibung / Profilierung

# Herausforderung: Verknüpfung von Personen- und Reiseebene



Mobilitäts-  
TRENDS 2014

## Darstellung unterschiedlicher Perspektiven



Nebenbedingung: Flexibles Erhebungsdesign + schnelle Ergebnislieferung

# Zur Gewährleistung repräsentativer Aussagen wurde der Online-Datensatz differenziert gewichtet



Mobilitäts-TRENDS 2014

## Anforderung an die Gewichtung

- Bei der Gewichtung der Datensätze der Online-Befragung wurde zunächst geprüft, **inwieweit die Strukturdaten der Empirie** denen der Grundgesamtheit entsprechen.
- Um valide Mobilitätsstrukturen zu treffen, wurden unterschiedliche verfügbare Sekundärquellen zur Gewichtung herangezogen. Gewichtet wurden insgesamt **4 unterschiedliche Dimensionen**.
- Ergebnis der Gewichtung ist ein Datensatz, der **Bevölkerungsrepräsentative Aussagen** (Deutsche Wohnbevölkerung ab 18 Jahren mit Fernreisen in D oder ins Ausland) zulässt.\*

## Umsetzung der Gewichtung des Online-Datensatzes Mobilitäts TRENDS 2014

	Gewichtung	Anmerkung
<b>A Altersstruktur</b>	✓	• Altersklasse 60+ Jahre zu schwach besetzt (VA 2012)
<b>B Intensität Internetnutzung</b>	[✓]	• Im Mittel zu starke Nutzung des Internets (ARD-ZDF-Online-Mon.)
<b>C BahnCard-Besitz</b>	✓	• Überhöhter Anteil an Personen mit BahnCard (BC-Bestand)
<b>D Intensität Flugreisen</b>	✓	• Überhöhter Anteil an Personen mit Flugreisen (AWA 2012)

✓ Starke Verzerrung    [✓] Mittlere Verzerrung

\* Bei Betrachtung der Reisen erfolgt eine zusätzliche Gewichtung, welche das Reisevolumen pro Befragten einbezieht.; Abkürzung: VA = Verbraucheranalyse; BC = BahnCard; AWA = Allensbacher Markt- Und Werbeträgeranalyse .

## Agenda

---

1. Studiendesign Mobilitäts *TRENDS*

2. Ergebnisse Mobilitäts *TRENDS* 1. Welle 2013

3. Ergebnisse Mobilitäts *TRENDS* 2. Welle 2013

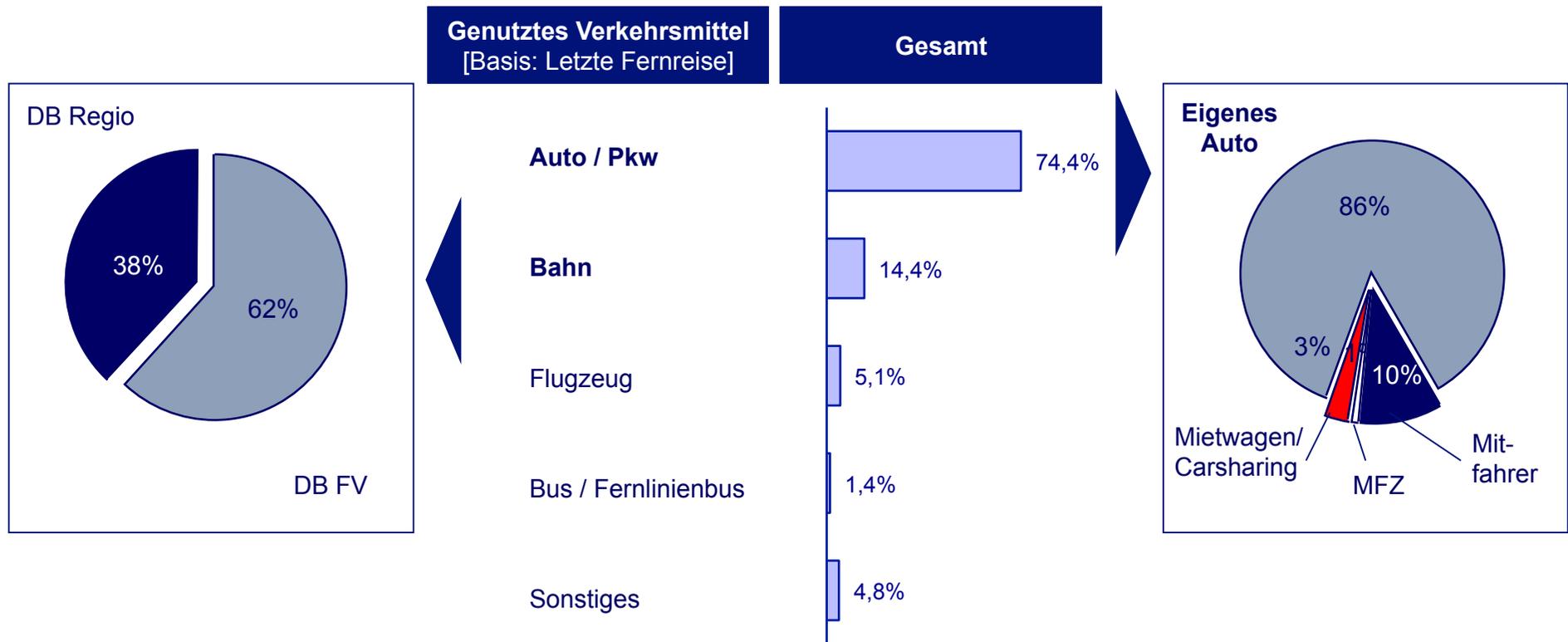
---

# Gut ein Drittel der Bahnfernreisen entfällt auf DB Regio, ca. zwei Drittel auf den DB Fernverkehr



## Gewicht. Reisen

### Fernreisen in Deutschland: Verteilung der genutzten Verkehrsmittel (2013)<sup>1)</sup>



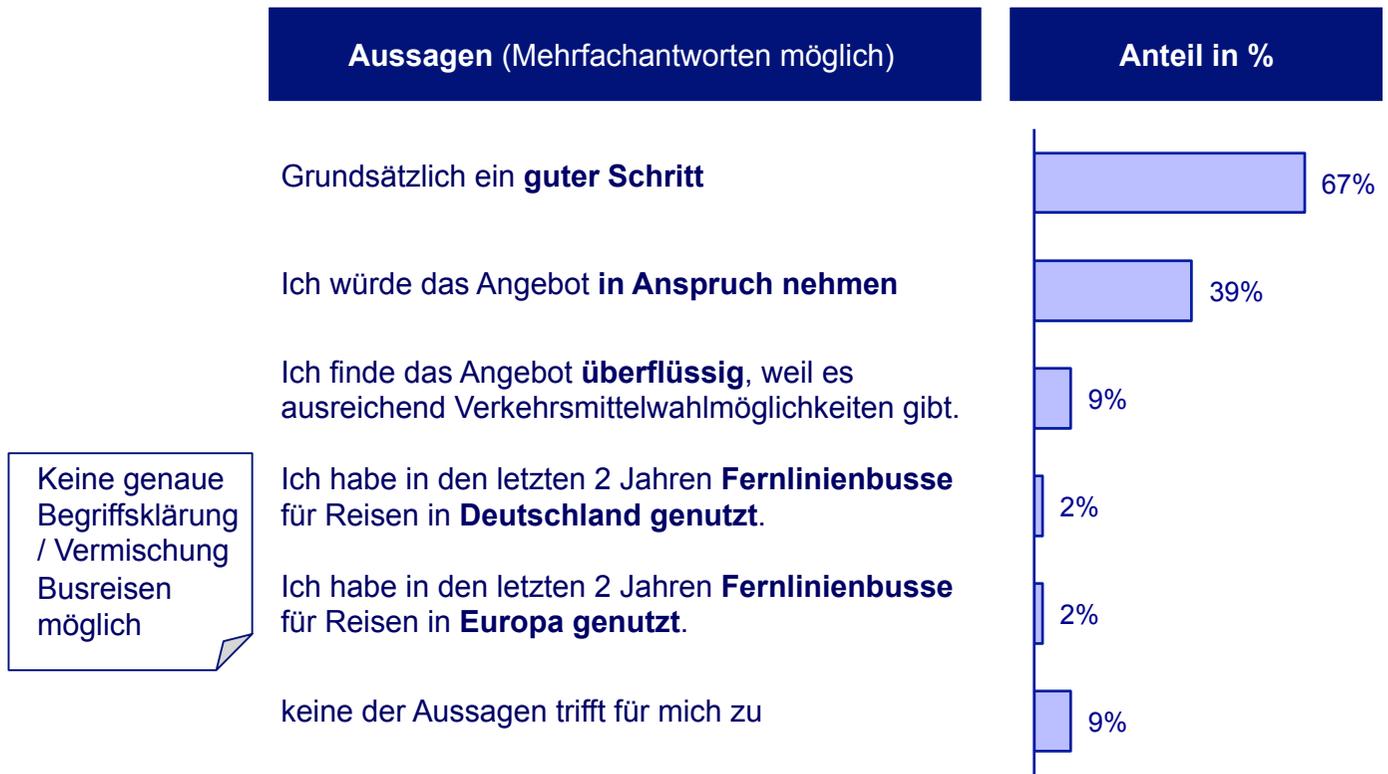
1) Welches Verkehrsmittel haben Sie für die Reise von ... nach ... (einblenden Start und Ziel) hauptsächlich genutzt? Falls Auto/Pkw: (a) Mit eigenem Auto, (b) Mitfahrer, (c) Mitfahrer über Mitfahrzentrale, (d) Mietwagen / Carsharing? Falls Bahn: (a) Bahn Fernverkehr (ICE / IC / EC), (b) Bahn Regionalverkehr (Regionalbahn, Regionalexpress etc.)? Hochrechnung der reporteten Reisen (Beginn der Reise April 2013 und früher); keine Hochrechnung auf das Gesamtjahr 2013.

# Zwei Drittel der mobilen Bevölkerung halten die Möglichkeit, auf längeren Strecken einen Fernlinienbus nutzen zu können, für einen guten Schritt



Mobilitäts-  
TRENDS 2014

## Grundsätzliche Bewertung des Angebotes an Fernlinienbussen<sup>1)</sup>



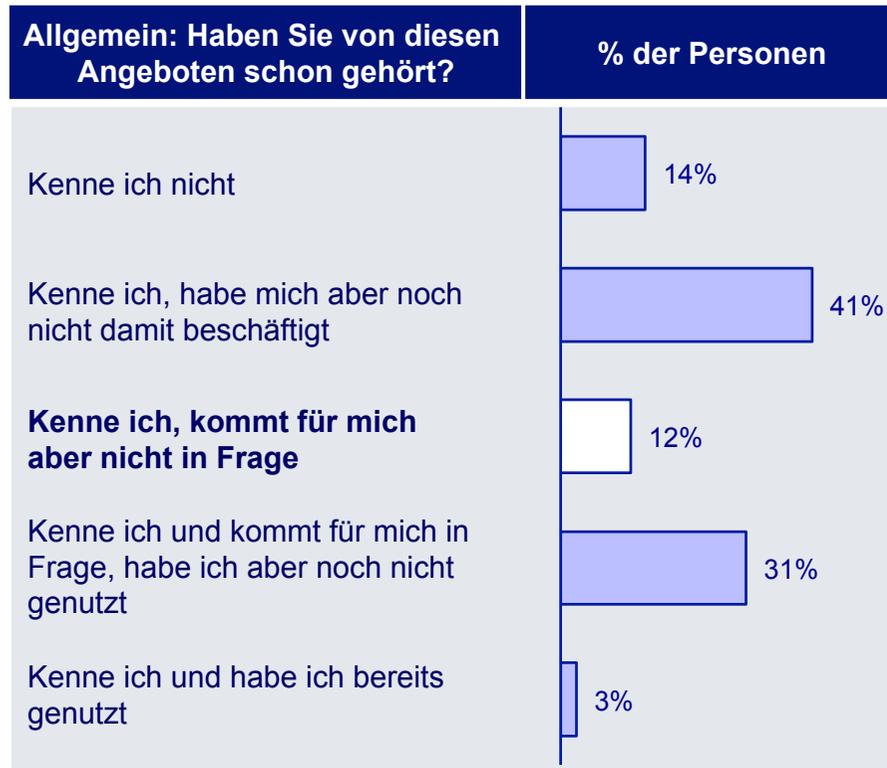
1) Zur Information: Fernbuslinien vernetzen Städte über einen Linienfahrplan miteinander. Als Fernlinienbusse werden Reisebusse eingesetzt. Doppelstockbusse bieten Platz für mehr Fahrgäste und großzügigere Komforteinrichtungen (Garderobe, Minibar) sowie Sitze mit verstellbaren Lehnen, Klimaanlage und Bordtoiletten mit Waschbecken. Was halten Sie grundsätzlich von einem Fernlinienbus-Angebot? Welche Aussagen treffen Ihrer Meinung nach zu?

# Hohe Nutzungsbereitschaft für Fernlinienbusse, und zwar allgemein und spezifisch in Bezug auf die letzte Fernreise

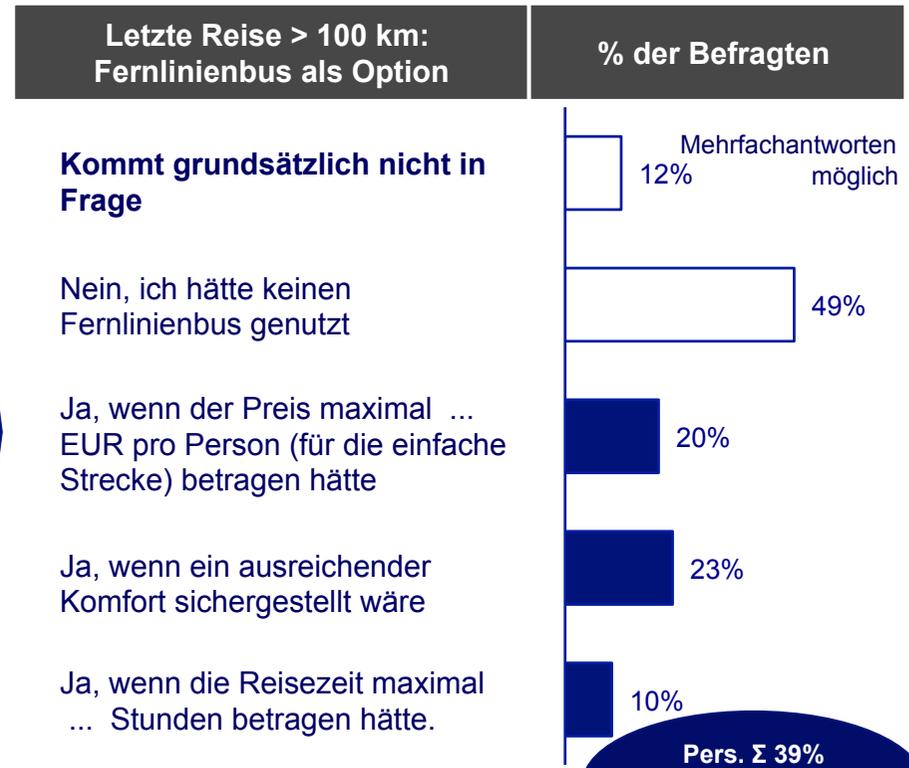


Mobilitäts-  
TRENDS 2014

## Kenntnis und Nutzungsbereitschaft Fernlinienbusse<sup>1)</sup>



## Nutzungsbereitschaft Fernlinienbusse letzte Reise<sup>2)</sup>



**Pers.  $\Sigma$  39%**  
**Reise D: 43%**  
**Reise Ausl.: 26%**

1) Seit Anfang 2013 dürfen auch Unternehmen innerdeutsche Fernbuslinien anbieten. Haben Sie von diesen Angeboten schon gehört?

2) Bezogen auf Ihre Reise von ... nach ... (einblenden Start und Ziel): Stellen Sie sich vor, es hätte für diese Reise ein Fernbuslinien-Angebot gegeben, wäre das dann für Sie eine Alternative gewesen? (Mehrere Antworten möglich); Basis: Personen, die bei der letzten Reisen keinen Fernlinienbus genutzt haben.

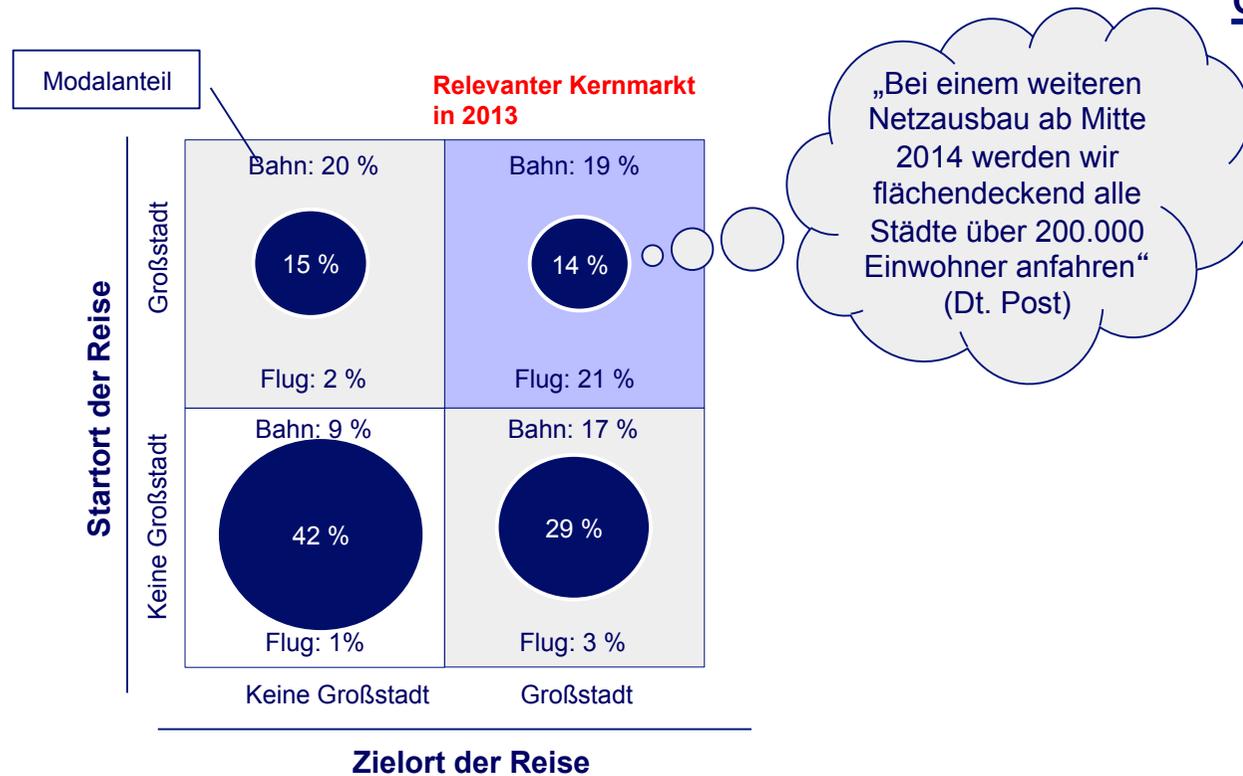
# Etwa 14 % der Reisen innerhalb Deutschlands entfallen auf Relationen zwischen Großstädten – dies ist der Kernmarkt für Fernlinienbusse



Mobilitäts-  
TRENDS 2014

## Reisen in Deutschland: Größe der Relationsklassen<sup>1)</sup>

Gewicht. Reisen



\* Großstadt: Top 25 bevölkerungsstärkste Städte (>260.0000 Einwohner)

1) Hochrechnung der reporteten Reisen (Beginn der Reise April 2013 und früher); keine Hochrechnung auf das Gesamtjahr 2013.

Quelle: exeo Strategic Consulting AG / Rogator AG

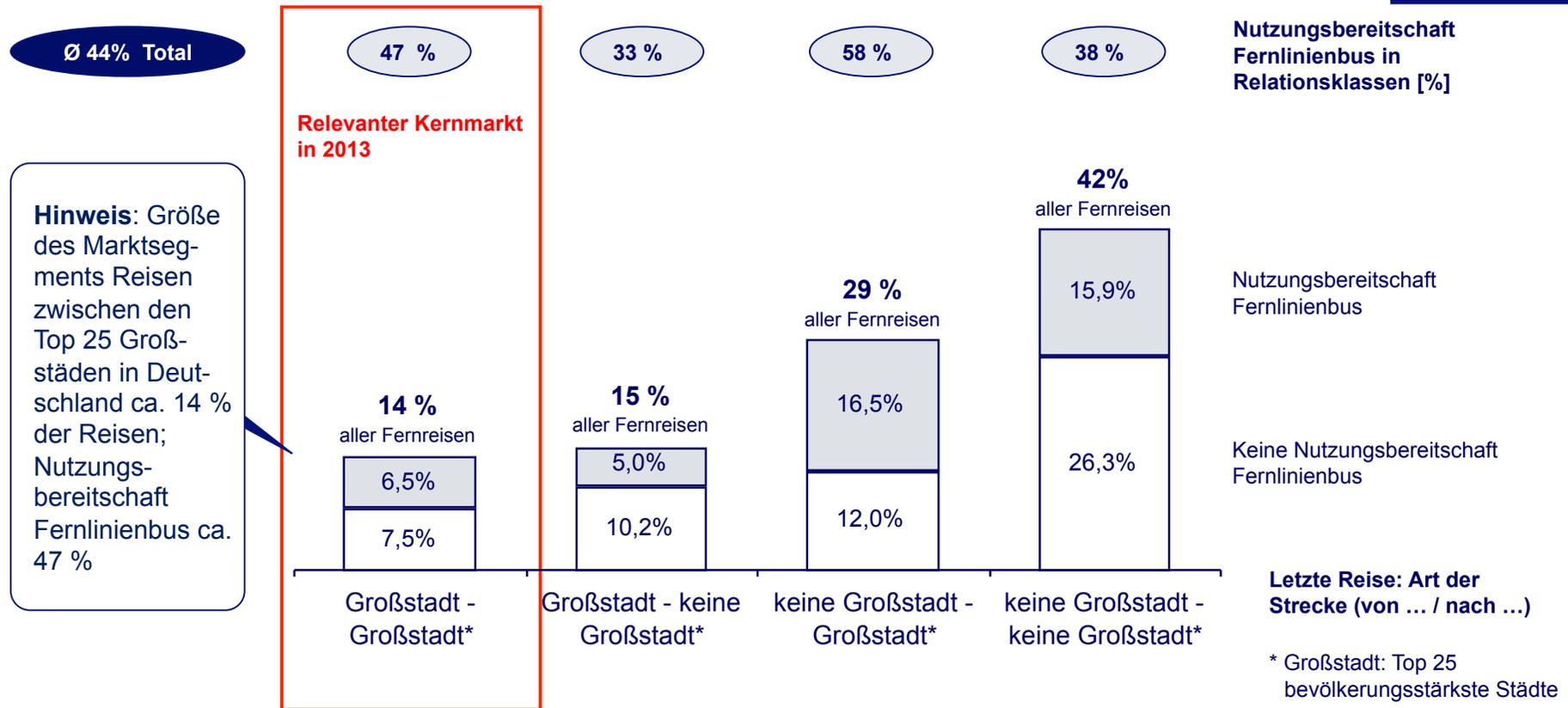
# Das theoretische Nutzungspotenzial für Fernlinienbusse ist hoch – praktisch ergibt sich allerdings eine starke Begrenzung durch das Streckennetz



Mobilitäts-  
TRENDS 2014

## Reisen in Deutschland: Nutzungspotenzial Fernlinienbusse nach Relationsklassen<sup>1)</sup>

### Gewicht. Reisen



1) Bezogen auf Ihre Reise von ... nach ... (einblenden Start und Ziel): Stellen Sie sich vor, es hätte für diese Reise ein Fernbuslinien-Angebot gegeben, wäre das dann für Sie eine Alternative gewesen? (Mehrere Antworten möglich); Basis: Personen, die bei der letzten Reisen keinen Fernlinienbus genutzt haben. Hochrechnung der reporteten Reisen (Beginn der Reise April 2013 und früher); keine Hochrechnung auf das Gesamtjahr 2013.

## Agenda

---

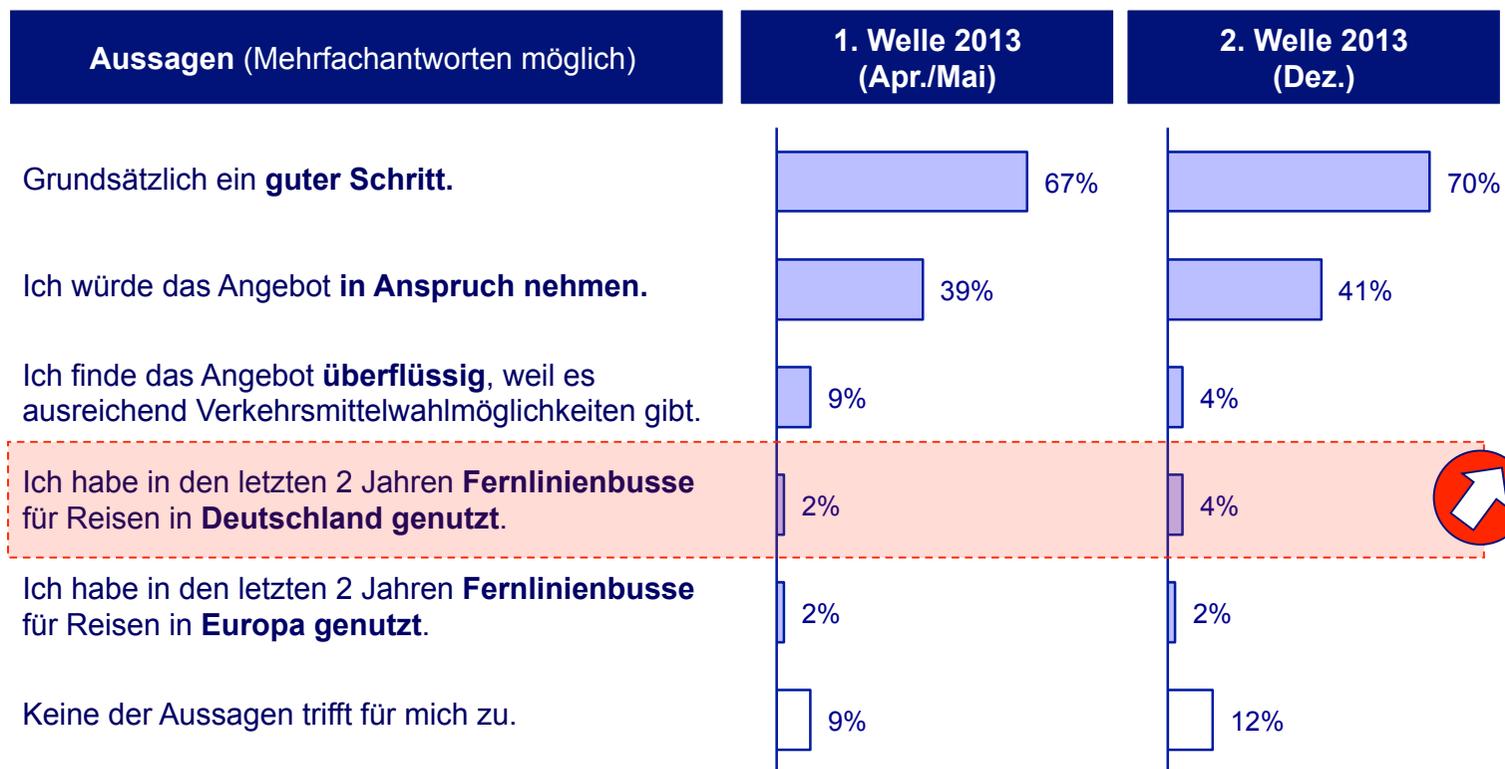
1. Studiendesign Mobilitäts *TRENDS*
  2. Ergebnisse Mobilitäts *TRENDS* 1. Welle 2013
  - 3. Ergebnisse Mobilitäts *TRENDS* 2. Welle 2013**
-

# Zwei Drittel der mobilen Bevölkerung halten die Möglichkeit, auf längeren Strecken einen Fernlinienbus nutzen zu können, für einen guten Schritt



Mobilitäts-  
TRENDS 2014

## Grundsätzliche Bewertung des Angebotes an Fernlinienbussen<sup>1)</sup>



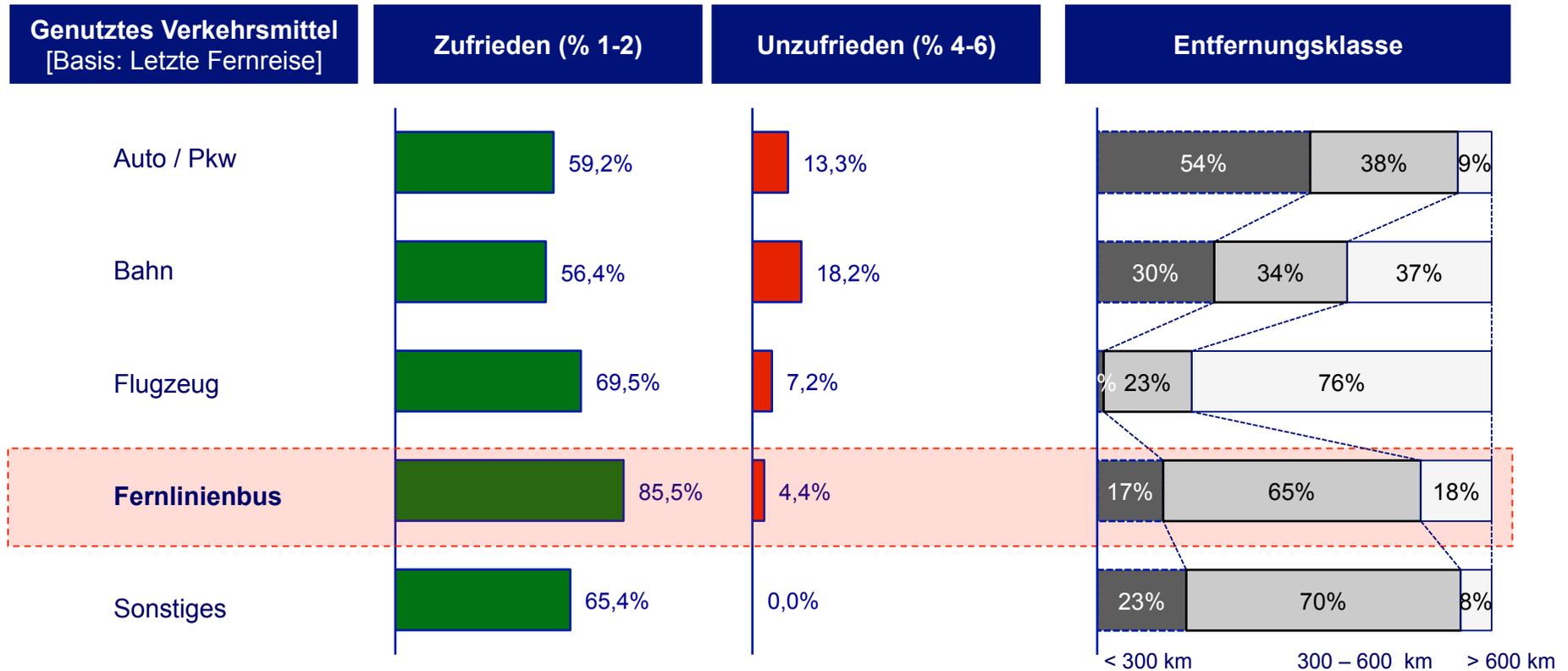
1) Zur Information: Fernbuslinien vernetzen Städte über einen Linienfahrplan miteinander. Als Fernlinienbusse werden Reisebusse eingesetzt. Doppelstockbusse bieten Platz für mehr Fahrgäste und großzügigere Komforteinrichtungen (Garderobe, Minibar) sowie Sitze mit verstellbaren Lehnen, Klimaanlage und Bordtoiletten mit Waschbecken. Was halten Sie grundsätzlich von einem Fernlinienbus-Angebot? Welche Aussagen treffen Ihrer Meinung nach zu?

# Der Fernlinienbus erreicht eine deutlich bessere Bewertung des Preis-Leistungs-Verhältnisses als andere Verkehrsmittel



Mobilitäts-TRENDS 2014

Fernreisen in Deutschland: Zufriedenheit Preis-Leistungs-Verhältnis (PLV) mit dem genutzten Verkehrsmittel<sup>1)</sup>



- 1) Wie bewerten Sie das Preis-Leistungs-Verhältnis des genutzten Verkehrsmittels „(einblenden ... )“ für die Reise von ... nach ... (einblenden Start und Ziel ...)?
- 2) Bewertung anhand 6er-Skala: 1= sehr gut; 6 = sehr schlecht.



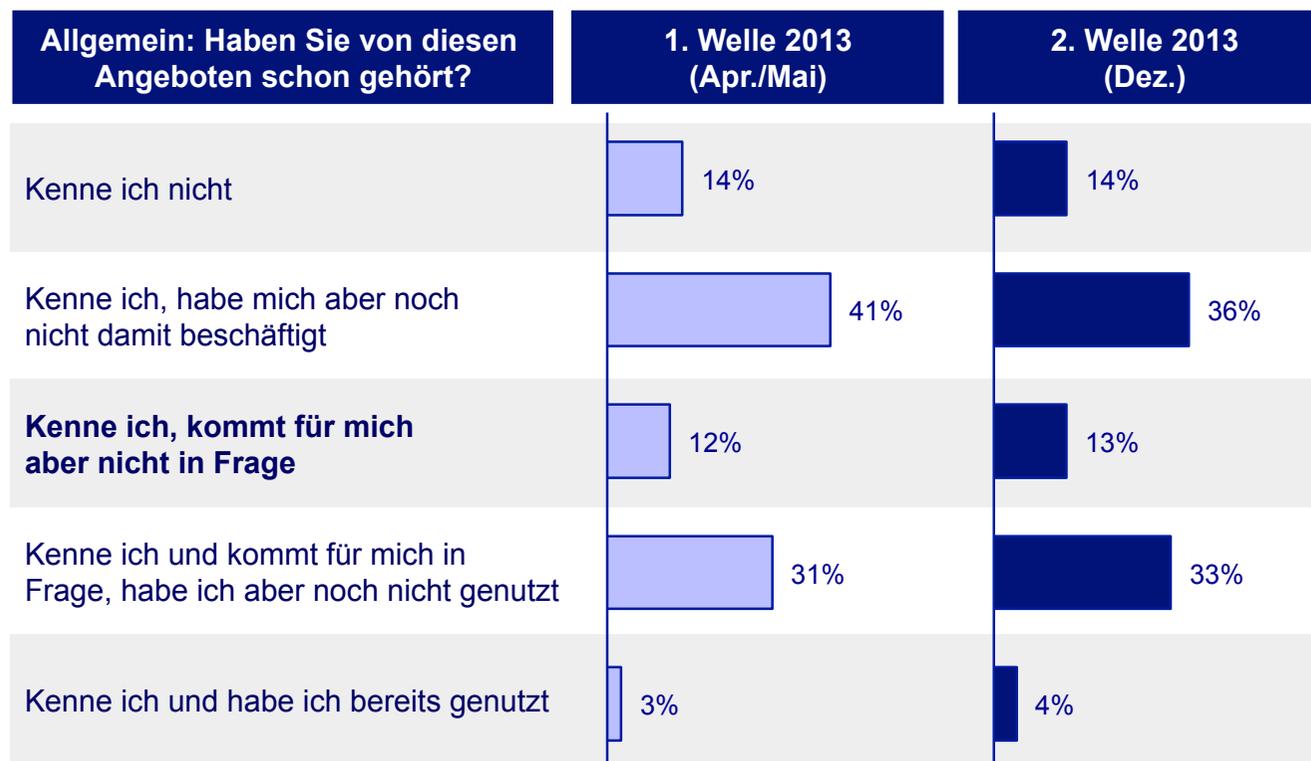
Quelle: exeo Strategic Consulting AG / Rogator AG



# Die Nutzungsbereitschaft für Fernlinienbusse ist weiterhin hoch – die Nutzungsquote ist im Vergleich zur 1. Welle gestiegen



## Fernlinienbus: Kenntnis und Nutzungsbereitschaft <sup>1)</sup>



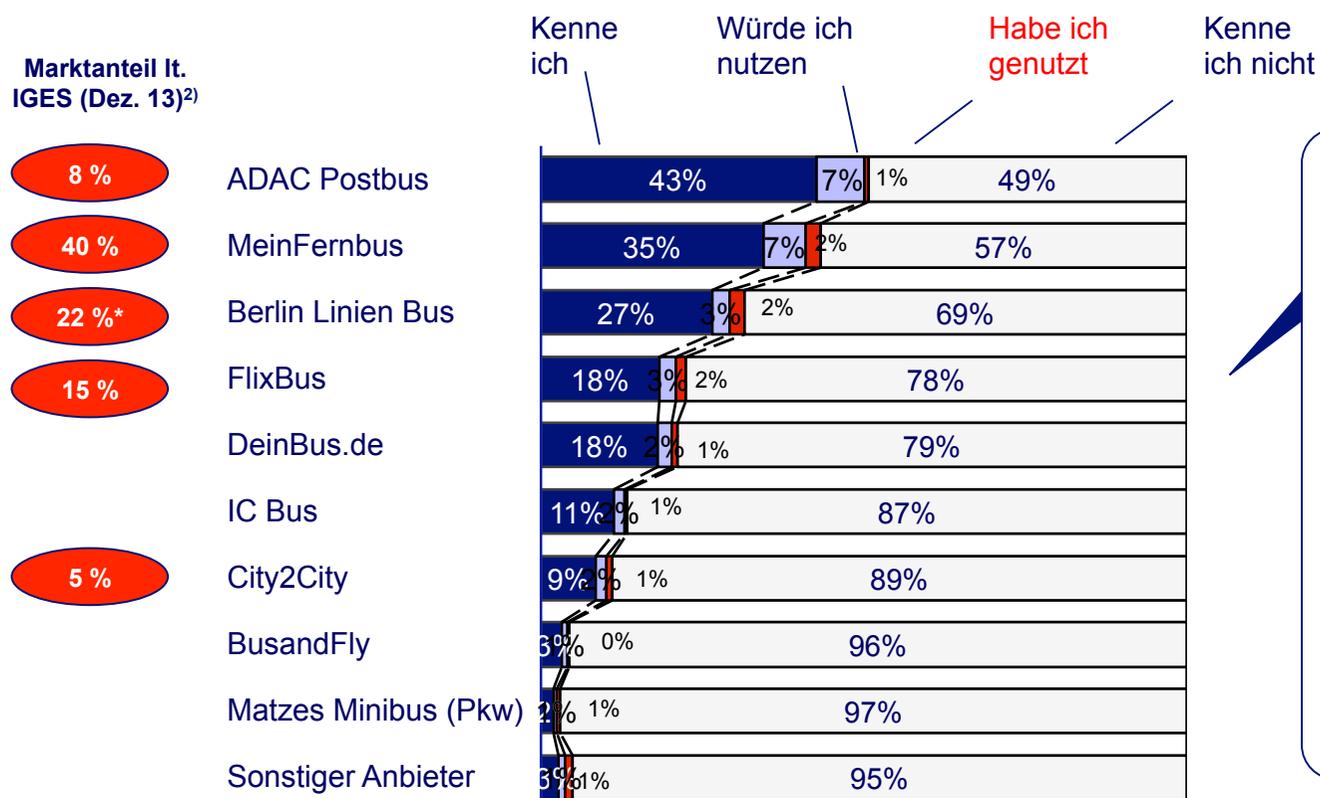
1) Seit Anfang 2013 dürfen auch Unternehmen innerdeutsche Fernbuslinien anbieten. Haben Sie von diesen Angeboten schon gehört?

# ADAC Postbus erreicht aktuell eine gestützte Bekanntheit von etwa 51 % und liegt damit vor dem Marktführer MeinFernbus (43 %)



Mobilitäts-  
TRENDS 2014

## Fernlinienbusse: Bewertung einzelner Anbieter im Dez. 2013 [% Befragten]<sup>1)</sup>



**Hinweis zur Interpretation:**

- 7 % der mobilen Bevölkerung haben nach eigenen Angaben in der Vergangenheit bereits einen Fernlinienbus genutzt (hoher Anteil bei Berlin Linien Bus mit hohem Anteil an internationalen Linien)
- Der höchste Anteil an Nutzungserwägung wird von MeinFernbus und ADAC Postbus erreicht (jeweils 7 %)

\* Inkl. IC Bus  
 1) Welche Anbieter von Fernlinienbussen kennen Sie, würden Sie nutzen bzw. haben Sie schon genutzt?  
 2) Download vom 27.1.2014 unter [http://www.iges.de/presse07/pressemitteilungen\\_2013/fernbusverkehr\\_iii/index\\_ger.html](http://www.iges.de/presse07/pressemitteilungen_2013/fernbusverkehr_iii/index_ger.html)  
 (Marktanteil gemessen an angebotenen Fahrplankilometern)



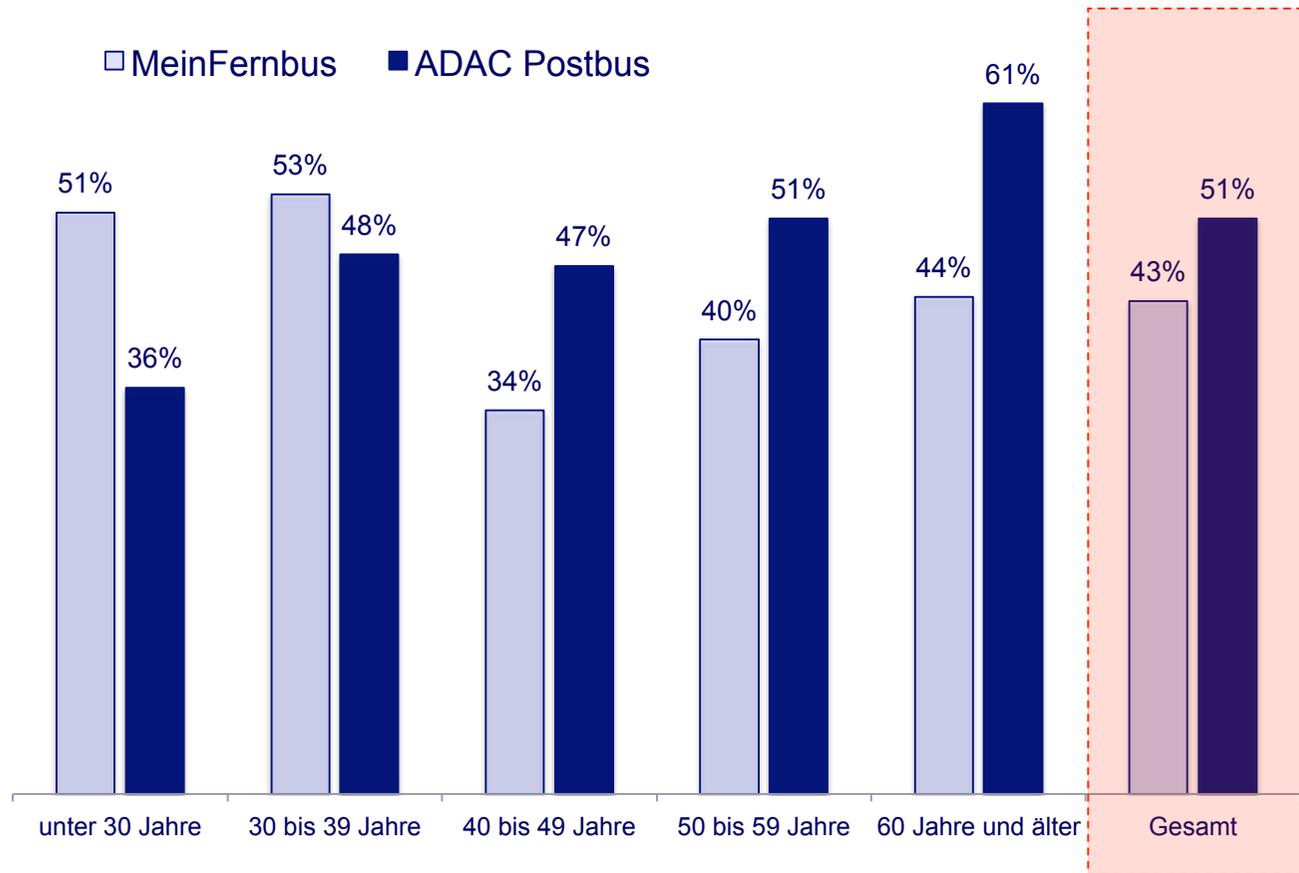
Quelle: exeo Strategic Consulting AG / Rogator AG



# Der hohe Bekanntheitsgrad des Anbieters ADAC Postbus ist stark bestimmt durch ältere Personengruppen



Bekanntheitsgrad nach Altersgruppe im Dez. 2013 [% der Befragten]<sup>1)</sup>



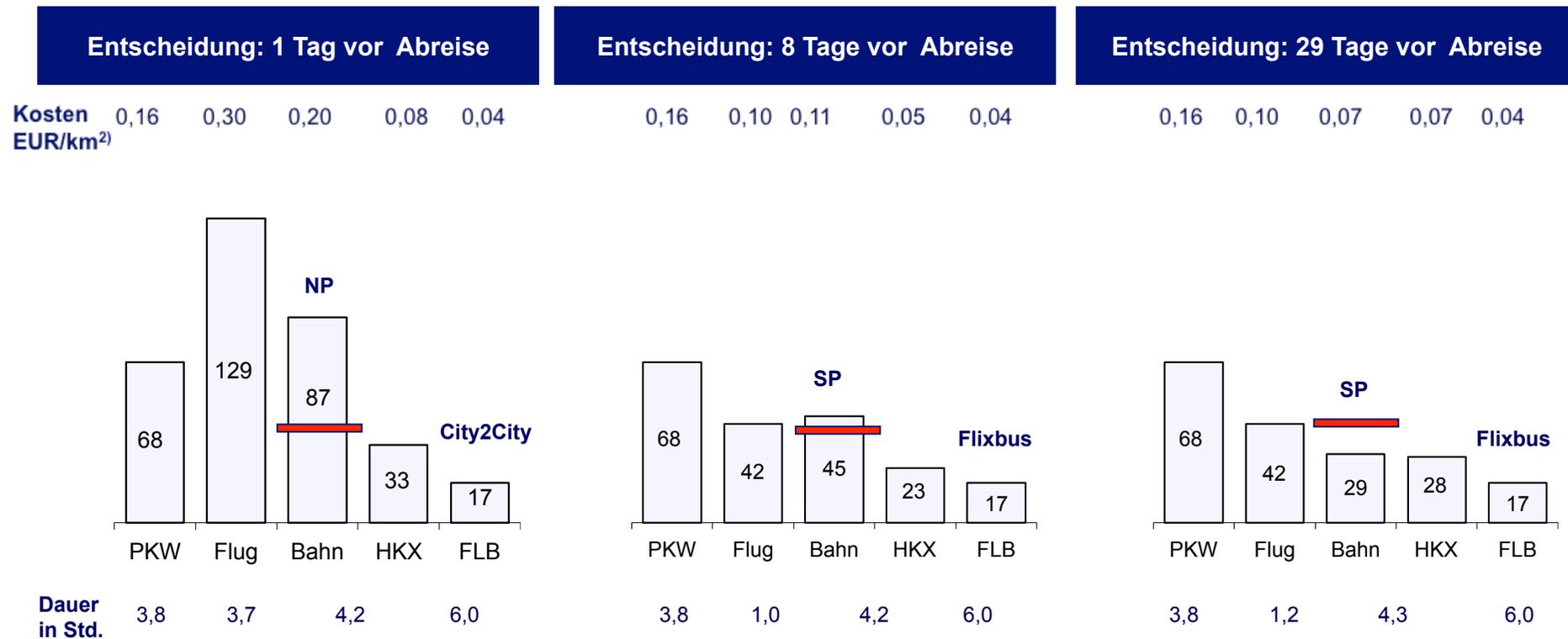
1) Welche Anbieter von Fernlinienbussen kennen Sie, würden Sie nutzen bzw. haben Sie schon genutzt?

# In Abhängigkeit vom Entscheidungszeitpunkt der Reise verändert sich die Preis-Leistungs-Positionierung der Anbieter deutlich



Mobilitäts-TRENDS 2014

Preise unterschiedlicher Verkehrsmittel auf der Relation Köln – Hamburg in EUR (einfache Strecke)<sup>1)</sup>



1) Jeweils günstigster Anbieter / niedrigster Preis; Abfrage: Pkw: 16€-Cent/KM \* Autobahnkilometer, Bahn: bahn.de, Flug: kayak.de; FLB: busliniensuche.de, HKX: hxx.de Abfrage am. 2. Februar 2014 (Daten unten) für den 3. Februar 2014 (1 Tag), 10. Februar 2014 (8 Tage), 3. März 2014 (29 Tage)

— BahnCard 50



Quelle: exeo Strategic Consulting AG



- 
- A silver paperclip is positioned at the top left of the document, holding the top edge of the paper.
1. In der **Öffentlichkeit** wird der verstärkte Wettbewerb im Mobilitätsmarkt überwiegend **positiv eingeschätzt**. Zwei Drittel der mobilen Bevölkerung halten die Möglichkeit, auf längeren Strecken einen Fernlinienbus nutzen zu können, für einen guten Schritt. Nur 9 % halten das Angebot für überflüssig.
  2. Grundsätzlich ergibt sich eine **hohe Nutzungsbereitschaft für Fernlinienbusse**, und zwar **allgemein** und **spezifisch in Bezug auf die letzte Fernreise**. Nur 12 % der Befragten lehnen die Nutzung von Fernlinienbussen grundsätzlich ab. Preishöhe, Komfort sowie Reisedauer sind relevante Entscheidungsfaktoren.
  3. Das theoretische Nutzungspotenzial für Fernlinienbusse ist demzufolge sehr hoch. Praktisch ergibt sich allerdings eine starke **Begrenzung durch das Streckennetz**, welches auf die Verbindung zwischen Großstädten ausgerichtet ist. Wenn in Deutschland der relevante Markt für Fernlinienbusse durch Verbindungen der 25 größten deutsche Städte beschrieben wird, beträgt der potenziell maximale Marktanteil etwa 6 - 7 % der Fernreisen in Deutschland (Segmentgröße: 14 %; Nutzungsbereitschaft: 47 %).

- 
1. Zwei Drittel der mobilen Bevölkerung halten die Möglichkeit, auf längeren Strecken einen Fernlinienbus nutzen zu können, für einen **guten Schritt**. Die Bewertung des Angebots von Fernlinienbussen in der mobilen deutschen Wohnbevölkerung ist **robust positiv**.
  2. Der Fernlinienbus erreicht eine deutlich bessere Bewertung des **Preis-Leistungs-Verhältnisses** als andere Verkehrsmittel. Unabhängig von der Buchungsfrist stellt der Fernlinienbus i.d.R. das preisgünstigste Verkehrsmittel dar.
  3. **ADAC Postbus** erreicht aktuell eine **gestützte Bekanntheit** von etwa 51 % und liegt damit vor dem Marktführer MeinFernbus (43 %). Der hohe Bekanntheitsgrad des Anbieters ADAC Postbus ist stark bestimmt durch ältere Personengruppen.
  4. Ein aktueller Vergleich der günstigsten verfügbaren Preise für Fernlinienbus-Reisen mit Vergleichswerten aus 2013 (vor Eintritt von ADAC Postbus) zeigt eine deutliche Verschärfung des **Preiswettbewerbs** (Feb. 14 vs. Jun. 13).