

Pressemitteilung

Reisebusse werden zur digitalen Zone: Neue Studie zeigt, wie sich die Boom-Branche mit zunehmend mehr jungen Fahrgästen entwickelt

Eine europaweite Umfrage unter Fahrgästen sowie Fahrerinnen und Fahrern verdeutlicht den aktuellen Trend zur Digitalisierung bei Busreisen. Junge Fahrgäste setzen unterwegs auf Internet, Filme und Virtual Reality. Für solche Zusatzangebote sind Kunden dabei in vielen Fällen auch bereit, entsprechende Kosten zu tragen. Die neuen Zahlen bestätigen die Einschätzung des bdo, dass die dynamische Weiterentwicklung der Bus-Branche in vollem Gange ist. Der grundlegende Imagewandel schafft Chance im Wachstumsmarkt.



Berlin, den 8. Oktober 2018 – Eine europaweite Umfrage unter Fahrgästen sowie Fahrerinnen und Fahrern im Reisebusverkehr hat aktuelle Erkenntnisse zu Vorlieben und Trends im Markt zutage gefördert. Insbesondere die fortschreitende Digitalisierung der Branche – angetrieben von einem neuen Image in Folge der Fernbusliberalisierung und den Wünschen der zunehmend jungen Fahrgäste – bringt interessante Veränderungen. Die Studie zeigt unter anderem: Insgesamt 63 Prozent der jungen Fahrgäste zwischen 18 und 29 Jahren wünscht sich für Busfahrten einen Internetzugang, der für Video- und Musik-Streaming ausreicht. Dafür würden 30 Prozent von ihnen auch mehr zahlen. Für 19 Prozent der 18- bis 29-Jährigen gilt dies bei Unterhaltungssystemen mit Filmen, Fernsehserien, Musik oder Spielen. Weitere Belege für die Entwicklung hin zur Digitalisierung, die der Strom junger Fahrgäste in den Bus mit sich bringt: Auf einer Skala von 1 (kein Interesse) bis 5 (großes Interesse) erreicht die Nachfrage nach Virtual-Reality-Sets einen Wert von 3,35. Und 57 Prozent der jungen Fahrgäste wollen während der Busreise einen Film sehen. Zum Vergleich: Bei der Generation 60+ sind es 30 Prozent.

„Ich freue mich, dass wir mit diesen aktuellen Zahlen genauere Einblicke in die dynamische Entwicklungen im Reisebusmarkt erhalten, der sich zunehmend digitalisiert“, sagte bdo-Hauptgeschäftsführerin Christiane Leonard zu den vorliegenden Ergebnissen. „Für die mehr als 3.600 Bustouristik-Unternehmen, für die wir beim bdo sprechen, ergeben sich daraus praktische Hinweise und Chancen. Immer mehr junge Fahrgäste nutzen Fernlinien- und Reisebusse, um ihre Ziele zu erreichen und die Zeit dabei entspannt zu genießen. Die Fahrzeuge sollen dafür zur digitalen Zone werden, in der Passagiere Musik hören, Filme und Serien sehen oder spielen können.“ Weiter fasste Christiane Leonard das Ergebnis zusammen: „Der Report zeigt auch die dynamische Entwicklung in der boomenden Bus-Branche sowie den anhaltenden Image-Gewinn, den wir seit Jahren beobachten können. Jetzt gilt es, diese gewachsene und weiter wachsende gesellschaftliche Relevanz des Busses auch mit Nachdruck in die wichtigen politischen Diskussionen zu tragen. Hierbei geht es insbesondere um die anhaltenden Verhandlungen zum Mobility Package, dass deutliche Verschlechterungen der Rahmenbedingungen für Bustouristik-Unternehmen mit sich zu bringen droht.“

Zum Hintergrund: Der Bushersteller Volvo hat 6.000 Busreisende sowie über 1.000 Busfahrer zu ihren Einschätzungen und Vorlieben für die Busreisen der Zukunft befragt. Die Ergebnisse sind in der Studie „The Coach Experience – Volvo Buses Insights Report“ zusammengefasst. Der Bericht kann auf Anfrage als PDF heruntergeladen werden. Informationen dazu und das entsprechende Kontaktformular finden Sie [hier](#).



+++++

Der Bundesverband Deutscher Omnibusunternehmen (bdo) ist der Spitzenverband der deutschen Busbranche und vertritt die Interessen der privaten und mittelständischen Unternehmen aus dem Bereich Personennahverkehr, Bustouristik und Fernlinienverkehr gegenüber Politik und Öffentlichkeit.

Kontakt: Christian Wahl, Referent Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit
Tel.: 030 / 24089 - 300 | E-Mail: christian.wahl@bdo.org

