

**Autor:** Bianca Wilkens und Jochen Eversmeier  
**Rubrik:** Nach Oben

**Visits (VPD):** 0,027 (in Mio.)<sup>1</sup>  
**Unique Users (UUpD):** 0,011 (in Mio.)<sup>2</sup>

**Mediengattung:** Online News

**Weblink:** <https://www.fww.de/touristik/verkehr/neue-studie-wie-busreisebranche-die-sinkende-nachfrage-stoppen-kann-238417>

<sup>1</sup> von PMG gewichtet 09-2023

<sup>2</sup> gerundet agof ddf Ø-Tag 2023-01 vom 08.03.2023, Gesamtbevölkerung 16+

# Wie die Busreisebranche die sinkende Nachfrage stoppen kann

Anbieter von längeren Urlaubsreisen mit dem Bus haben mit einer abnehmenden Zahl an Reisenden zu kämpfen. Wie sie gegensteuern können.

Der Anteil der Menschen, die mit dem Bus in den Urlaub verreisen, sinkt konstant. Während im Jahr 2010 noch zehn Prozent mit dem Bus Reisen ab fünf Tagen unternahmen, waren es 2019 nur noch 5,9 Prozent. Im vergangenen Jahr nahm die Zahl weiter ab auf 4,2 Prozent. Lediglich die Kurzurlaubsreisen mit dem Bus sind mit sechs Prozent wieder auf dem Vor-Corona-Niveau.

Warum die Deutschen Busreisen ablehnen und wie die Anbieter ihr Angebot verbessern können, hat eine neue Studie des Deutschen Institut für Tourismusforschung (DITF) ermittelt. Die Befragung erfolgte in Zusammenarbeit mit dem Bundesverband Deutscher Omnibusunternehmen (BDO) und der Kravag-Logistic Versicherungs-AG.

## Was den meisten Befragten an Busreisen missfällt

Als Hauptgrund, warum die Befragten lieber nicht mit dem Bus verreisen, gaben 54 Prozent an, andere Urlaubsarten zu bevorzugen. Den meisten (52 Prozent) missfällt laut der Studie, dass sich die Urlauber der Gruppe fügen müssten und zu wenig ihren persönlichen Interessen nachkommen könnten. Eine weitere häufige Begründung ist, dass Busreisen wegen der festen Routen und Reiseprogramme zu unflexibel seien (42 Prozent). Auch die Reise zusammen mit fremden Personen zu unternehmen, zählen zu den Gründen für die Ablehnung (40 Prozent). Deutlich seltener wurde angeführt, dass Urlaubsreisen mit dem Bus zu unsicher seien (19 Prozent) oder ein schlechtes Image hätten (13 Prozent). Zahlen zum Busreisemarkt

**Nachfrage:** Für längere Urlaubsreisen der Deutschen mit dem Bus zeigt sich ein rückläufiges Interesse. Kurzurlaubsreisen mit dem Bus verzeichnen dagegen einen leichten Zuwachs.

**Potenziale:** Es bestehen grundsätzlich durchaus gute Potenziale für Busreisen in Deutschland. Diese müssen aber beispielsweise durch eine gezielte Adressierung einzelner Zielgruppen stärker aktiviert werden.

**Nachhaltigkeit:** Bei Kurzurlaubsreisen mit dem Bus spielt Nachhaltigkeit eine gewichtigere Rolle in der Reiseentscheidung als bei längeren Busreisen – und, sie spielt sogar eine größere Rolle als im Durchschnitt aller Kurzurlaubsreisen.

**Download:** Die [komplette Studie zur Busreisenachfrage in Deutschland von DITF, BDO und Kravag-Logistic lässt sich hier herunterladen](#).

## Wo es Verbesserungspotenzial gibt

Die Frage ist, wie die Busreiseanbieter Nicht-Interessenten umstimmen können. Insgesamt 13 Maßnahmen wurden dazu in der Studie abgefragt. Das Ergebnis zeigt: Es reicht nicht, an einer einzigen Stellschraube zu drehen, sondern ein ganzes Bündel an Maßnahmen ist nötig, um Nicht-Interessenten von einer Busreise zu überzeugen.

Dazu zählt, den Sitzkomfort in den Bussen zu verbessern, indem beispielsweise abgetrennte Sitzbereiche geschaffen werden (von 23 Prozent der Befragten angegeben) sowie die Reiseprogramme attraktiver zu gestalten (21 Prozent) und auf kleinere Gruppen zuzuschneiden (18 Prozent).

Eine erhöhte Fahrsicherheit (17 Prozent) und ein besseres digitales Serviceange-

bot (15 Prozent) der Befragten ist ebenso ein möglicher Grund, in Zukunft vielleicht doch noch eine Busreise zu unternehmen.

## Nachhaltigkeit für jüngere Reisende wichtig

Der BDO sieht in dem Thema Nachhaltigkeit eine Option, die jüngere Zielgruppe anzuziehen. So stimmten 46 Prozent der Befragten der Aussage zu, dass ihre Urlaube möglichst ökologisch verträglich sein sollten.

Diese positive Einstellung sei als Chance für die Busreisebranche zu werten, heißt es im Ergebnis der Untersuchung, da der Reisebus als vergleichsweise umweltfreundliches Verkehrsmittel gelte. Zumal das Thema Nachhaltigkeit gerade für die jüngere Generation eine immer wichtigere Rolle spiele, betonte BDO-Hauptgeschäftsführerin Christiane Leonard.

Das bestätigte auch DITF-Direktor Bernd Eisenstein: "Beim Thema Nachhaltigkeit zeigt die Studie, dass die Umweltfreundlichkeit des Busses im Vergleich zu anderen Verkehrsmitteln bereits erkannt wird." Allerdings spiele das Kriterium Nachhaltigkeit bei der tatsächlichen Reiseentscheidung bislang "nur selten eine kaufentscheidende Rolle".

Denn im Jahr 2019 gab Nachhaltigkeit lediglich bei sechs Prozent der Busreisen den Ausschlag bei der Entscheidung zwischen gleichwertigen Angeboten. Im Segment der Kurz-Urlaubsreisen mit zwei bis vier Tagen Dauer spielte die Nachhaltigkeit im Reiseentscheidungsprozess eine größere Rolle.

