

V O L V O

DIE NEUE REISEBUSERFAHRUNG

Insights-Bericht 2022 der Volvo Bus Corporation



**„Da sich die Marktbedingungen ständig ändern,
müssen Sie auch die Kundenwünsche kennen und
verstehen, welche Voraussetzungen gegeben sein
müssen, dass sie die nächste Reise bei Ihnen buchen.“**

Anna Westerberg
Präsidentin
der Volvo Bus Corporation

Wie geschaffen für alle zukünftigen Herausforderungen



Wir bei der Volvo Bus Corporation wissen, dass Expertise und Fachwissen Geschäftsvorteile bringen. Aber noch wichtiger ist, dass wir wirklich daran interessiert sind, was für die Menschen beim Reisen von Bedeutung ist. Was den Fahrgästen und Fahrern, die jeden Tag in Bussen fahren, wirklich am Herzen liegt.

Brachte die Pandemie den Markt vollständig durcheinander oder war es nur eine kurze Turbulenz? Wann werden sich die Dinge wieder völlig normalisieren? Wie wird diese Normalität aussehen? Sie werden mir sicherlich zustimmen, dass dies im Moment wichtige Fragen für die Reisebusbranche sind. Natürlich ist es heute wichtiger denn je, zu wissen, was die Menschen bewegt, wenn wir uns auf neue Anforderungen einstellen möchten. Wir wollen ein tieferes Verständnis für ihre Bedürfnisse, ihre aktuellen Erfahrungen mit Reisebussen und ihre Anforderungen und Erwartungen für die Zukunft gewinnen.

Um wertvolle Erkenntnisse zu gewinnen, hat die Volvo Bus Corporation zusammen mit dem Forschungsinstitut Kantar eine Umfrage unter 9.000 Busfahrgästen in Schweden, Deutschland, Frankreich, Italien, Spanien, Großbritannien, Australien, Mexiko und Brasilien vorgenommen. Außerdem haben wir eine weltweite Fahrerumfrage durchgeführt, an der 800 Busfahrer teilnahmen. Die Ergebnisse werden in diesem Bericht vorgestellt.

Dieser Bericht ist insbesondere im Hinblick auf die Unterschiede zwischen den verschiedenen Ländern und zwischen den Fahrgästen der jüngeren und älteren Generationen interessant. Es wird deutlich, dass Komfort und Sicherheit für die ältere Bevölkerung einen hohen Stellenwert haben, während das Hauptargument für

jüngere Passagiere in günstigen Tarifen besteht. Gleichzeitig sind junge Fahrgäste sehr positiv eingestellt, wenn es darum geht, für zusätzliche Dienstleistungen zu bezahlen, insbesondere für schnelles WLAN, und diese Fahrgäste sind ein wichtiger Teil unseres künftigen Kundenstamms wie auch des gesamten globalen Busreisegeschäfts. Wir müssen die Bedürfnisse der jungen Generation anerkennen und erfüllen, um mehr Menschen dazu zu bringen, sich für Busreisen zu entscheiden, sowohl im Intercity- als auch im Charterverkehr.

„9.000 Busfahrgäste in Schweden, Deutschland, Frankreich, Italien, Spanien, Großbritannien, Australien, Mexiko und Brasilien. Wir haben auch eine Fahrerbefragung mit 800 teilnehmenden Busfahrern durchgeführt.“

Die Volvo Bus Corporation führt regelmäßig aussagekräftige Untersuchungen, Forschungsarbeiten, Recherchen und Umfragen durch, um aus unterschiedlichsten Richtungen neue Erkenntnisse und Anregungen für die Entwicklungsarbeit zu erhalten. Dieser Bericht stellt einen wichtigen Teil dieser Arbeit dar. Wir möchten ihn heute gerne allen Lesern zur Verfügung stellen, die Reisebus-Fahrgäste und Reisebus-Fahrer etwas besser kennenlernen möchten. Darüber hinaus erhoffen wir uns, dass er ein klareres Bild davon vermittelt, wie die ultimative Reisebuserfahrung und ein unvergessliches Reiseerlebnis aussehen könnten, sodass wir für alle zukünftigen Herausforderungen gewappnet sind.

Dan Pettersson
*Leiter des internationalen Geschäfts
der Volvo Bus Corporation*



Insights-Bericht 2022

Kapitel 1: Der Fahrgast	5
Die neue Normalität	6
Kundenwerte	11
Intercity- und Fernreisen	25
Kapitel 2: Der Fahrer	32
Beruf: Reisebusfahrer	33
Anwerben von Fahrern	37
Vor- und Nachteile laut der Fahrer	43
Fazit	46
Quellenangaben	48

Kapitel 1: Der Fahrgast

90 % der jungen Erwachsenen (18 bis 29 Jahre) sind bereit, für Zusatzleistungen einen Aufpreis zu zahlen.



Die neue Normalität

Das letzte Mal haben wir im Jahr 2018 eine Umfrage unter Busreisenden durchgeführt. Seitdem hat die Pandemie fast jeden Aspekt unserer Welt verändert, einschließlich dramatischer Verschiebungen bei unseren Arbeitsplätzen und unseren Reise-, Gesellschafts- und Tagungsgewohnheiten. Der Geschäftsreiseverkehr wurde im ersten Jahr der Pandemie mehr oder weniger eingestellt und wird wahrscheinlich nur schwer zur „Normalität vor der Pandemie“ zurückkehren. Es sind heute zwar viele Länder wieder geöffnet, aber wir sehen uns immer noch mit den langfristigen Auswirkungen konfrontiert, wie z. B. einer weltweiten Rezession. Wie schnell erholt sich also das Reisebusgeschäft?

Wir haben die Fahrgäste gefragt, ob, wie und wann sie ihre nächste Busreise planen und welche Sicherheitsmaßnahmen sie von den Busunternehmen erwarten, damit sie sich wieder sicher fühlen.

Erfreulich ist, dass 65 % der Befragten eine Busreise innerhalb eines Jahres planen. Dabei stehen Brasilien und Mexiko mit 81 % und 85 % und an höchster und Schweden mit 44 % an niedrigster Stelle. Es scheint jedoch, dass die Zurückhaltung der Schweden nicht so sehr mit der Pandemie zu tun hat. Auf die Frage, ob sie sich angesichts der Pandemie sicher fühlen, eine Busreise zu buchen, antworten 58 % der schwedischen

Fahrgäste, dass sie sich heute sicher fühlen, und sogar 76 % sagen, dass sie sich innerhalb des nächsten Jahres sicher fühlen werden. Die Fahrgäste in Frankreich und Deutschland hingegen scheinen angesichts der Pandemie am vorsichtigsten zu sein: nur 4 bzw. 12 % geben an, dass sie heute zuversichtlich sind, eine Busreise zu buchen. Zum Vergleich: der Durchschnitt liegt bei 32 %.

65% der Passagiere geben an, im kommenden Jahr eine Busreise zu unternehmen. Die meisten in Brasilien und Mexiko mit **81 %** bzw. **85 %**.

Planen Sie in den nächsten 12 Monaten eine Busreise?

	Gesamtergebnis	Großbritannien	Schweden	Frankreich	Deutschland	Italien	Spanien	Brasilien	Australien	Mexiko
Ja	65 %	53 %	44 %	63 %	61 %	75 %	73 %	81 %	52 %	85 %
Nein	16 %	26 %	34 %	12 %	16 %	5 %	8 %	10 %	24 %	7 %
Nicht sicher	19 %	21 %	22 %	25 %	23 %	20 %	19 %	9 %	24 %	8 %

75%

geben an, dass sie sich
sicher genug fühlen,
nach der Pandemie wieder
eine Busreise zu buchen



Wann würden Sie vor dem Hintergrund der Pandemie mit Sicherheit wieder eine Busreise buchen?

	Gesamtergebnis	Großbritannien	Schweden	Frankreich	Deutschland	Italien	Spanien	Brasilien	Australien	Mexiko
Heute	32 %	35 %	58 %	4 %	12 %	27 %	57 %	41 %	24 %	33 %
Innerhalb von 6 Monaten	29 %	24 %	10 %	38 %	33 %	42 %	20 %	31 %	25 %	39 %
Innerhalb eines Jahres	14 %	15 %	8 %	17 %	25 %	13 %	6 %	10 %	20 %	9 %
Nicht bekannt	14 %	15 %	18 %	32 %	15 %	9 %	8 %	6 %	12 %	5 %
Mehr als ein Jahr	5 %	7 %	2 %	5 %	10 %	6 %	3 %	4 %	10 %	2 %
Wenn an Bord ein COVID-Pass erfordert wird	4 %	3 %	3 %	3 %	4 %	3 %	5 %	5 %	7 %	6 %
Wenn ich vollständig geimpft bin	2 %	1 %	1 %	1 %	1 %	0 %	1 %	3 %	2 %	6 %

Betrachtet man den Parameter Alter, könnte man davon ausgehen, dass ältere Fahrgäste vorsichtiger sind als junge Erwachsene, aber überraschenderweise gibt es hier keine signifikanten Unterschiede zwischen den Altersgruppen.



Hohes Interesse an Bordluftfiltern

Was können Busunternehmen also tun, um das Vertrauen der Fahrgäste in den Reisebus zu stärken? Die Umfrage zeigt, dass ein großes Interesse an verbesserter Hygiene an Bord besteht. 37 % wünschen sich, dass Busunternehmen spezielle Maßnahmen zur Verbesserung der Hygiene an Bord ergreifen, z. B. Handdesinfektionsmittel anbieten oder Gesichtsmasken vorschreiben. 45 % halten es sogar für wichtig, dass Busunternehmen Luftfilter haben, die die Innenluft von Viren und Bakterien reinigen. In Brasilien und Mexiko wünschen sich 56 bzw. 62 % der Befragten Handdesinfektionsmittel und Gesichtsmasken, während 53 bzw. 57 % Luftfilter an Bord wünschen.



Welche Sicherheitsmaßnahmen sind für Sie angesichts der Pandemie bei der Auswahl eines Busunternehmens besonders entscheidend?

	Gesamtergebnis	Großbritannien	Schweden	Frankreich	Deutschland	Italien	Spanien	Brasilien	Australien	Mexiko
Stornierungs-/Änderungsflexibilität und Ticketbedingungen	52 %	51 %	72 %	58 %	53 %	53 %	55 %	33 %	57 %	34 %
Bordluftfilter, die die Innenraumluft von Viren und Bakterien reinigen	45 %	43 %	28 %	38 %	43 %	47 %	52 %	53 %	48 %	57 %
Besondere Maßnahmen zur Verbesserung der Bordhygiene (z. B. Handdesinfektionsmittel, Masken)	37 %	34 %	12 %	31 %	32 %	32 %	38 %	56 %	38 %	62 %
Sitzplatzabstand	36 %	31 %	42 %	31 %	37 %	31 %	43 %	35 %	36 %	40 %
Reinigungsgrad des Reisebusses zwischen den Fahrten	34 %	29 %	30 %	30 %	29 %	50 %	31 %	49 %	28 %	34 %
Covid-Impfpass erforderlich	21 %	17 %	14 %	24 %	18 %	21 %	14 %	31 %	29 %	24 %
Im Voraus organisierte Sitzplatzauswahl	13 %	17 %	21 %	8 %	18 %	11 %	12 %	9 %	12 %	10 %
Nichts von alledem	4 %	9 %	6 %	4 %	5 %	2 %	2 %	1 %	4 %	0 %
Sonstiges	0 %	1 %	1 %	0 %	1 %	0 %	0 %	0 %	1 %	0 %

Die Passagiere wurden gebeten, 1 bis 3 Aspekte auszuwählen.

45 %

halten Luftfilter gegen
Viren und Bakterien in
Reisebussen für wichtig



Kundenwerte

Zufriedene Fahrgäste sind eine wesentliche Voraussetzung für ein erfolgreiches Busunternehmen. Sie werden höchstwahrscheinlich bei ihrer nächsten Reise wieder Ihr Unternehmen wählen und es Verwandten und Freunden weiterempfehlen. Die Wertschätzung zufriedener Kunden ist auch für die Fahrer wichtig. In der Fahrgastbefragung haben wir daher schrittweise untersucht, welche Faktoren für ein gutes Busreiseerlebnis am wichtigsten sind. Wie vertreiben sich die Fahrgäste die Zeit, wenn sie mit dem Bus reisen, und welche Services sind wichtig? In diesem Kapitel erhalten Busunternehmen möglicherweise Ideen, wie sie sich einen Wettbewerbsvorteil verschaffen können, indem sie von den Kunden geforderte Dinge anbieten, die die Branche bisher noch nicht wirklich erfüllt hat.

50 %

möchten sich bereits bei der Buchung eines Bustickets über Sicherheitsstandards informieren



Auswahl eines Busunternehmens – Sicherheitsausstattung und WLAN sind gefragt

Der erste Schritt einer Reise besteht in der Buchung der Fahrkarte. Schon hier gibt es Elemente, mit denen sich Busunternehmen von der Konkurrenz abheben können. So geben beispielsweise 50 % der Fahrgäste in unserer Umfrage an, dass sie bereits bei der Buchung eines Bustickets Informationen über die Sicherheitsstandards wünschen. Dies weist darauf hin, dass – wenn den Fahrgästen mehr Sicherheitsinformationen zur Verfügung stehen – das Sicherheitsniveau eines Unternehmens oder sogar eines Fahrzeugs zu einem wichtigen Faktor bei der Auswahl des Reiseanbieters werden könnte.

Die Schweden interessieren sich weniger als andere Nationalitäten für die Marke des Reisebusses (4 %), Virenschutzfilter (25 %) und Sicherheitsmerkmale (38 %). Dies könnte natürlich darauf zurückzuführen sein, dass das Sicherheitsniveau in schwedischen Reisebussen bereits als sehr hoch angesehen wird und daher für die Fahrgäste nicht so sehr im Vordergrund steht. Worüber wollen sich schwedische Fahrgäste also bei der Buchung eines Bustickets informieren? Die Antwort lautet: WLAN (60 %) und die Klimaanlage (54 %).

Deutsche interessieren sich besonders für die Innenraumgestaltung und Materialien (27 %), während Passagiere in Australien und Mexiko Informationen über Antivirenfilter wünschen (48 % und 47 %).

In Brasilien und Mexiko ist die Sicherheit ein wichtiges Thema. 61 % bzw. 68 % wünschen sich bereits bei der Buchung Informationen darüber, welche Maßnahmen das Busunternehmen zur Gewährleistung der Sicherheit getroffen hat.

Worüber möchten Sie bei der Buchung eines Bustickets informiert werden?

	Gesamtergebnis	Großbritannien	Schweden	Frankreich	Deutschland	Italien	Spanien	Brasilien	Australien	Mexiko
Sicherheitsausstattungen	50 %	41 %	38 %	43 %	46 %	51 %	55 %	61 %	48 %	68 %
WLAN und Ladevorrichtungen	42 %	37 %	60 %	41 %	46 %	42 %	41 %	37 %	34 %	42 %
Klimaanlage	38 %	22 %	54 %	31 %	47 %	44 %	40 %	39 %	29 %	35 %
Sauberkeit und Antivirenfilter	37 %	40 %	25 %	25 %	42 %	39 %	39 %	33 %	48 %	47 %
Auswirkungen auf die Umwelt	20 %	20 %	27 %	21 %	17 %	22 %	21 %	16 %	16 %	21 %
Reisebusmarke	18 %	19 %	4 %	11 %	14 %	10 %	11 %	51 %	23 %	16 %
Innenraumgestaltung und verwendete Materialien	17 %	15 %	11 %	17 %	27 %	11 %	20 %	13 %	18 %	22 %
Nichts von alledem	10 %	18 %	15 %	12 %	10 %	8 %	9 %	2 %	15 %	2 %



Beispiel für Dinge, die mit zunehmendem Alter wichtiger werden:

Fahrgastalter	18 bis 29	70+
Sauberkeit/Virenfilter	34 %	44 %
Klimaanlagensystem	33 %	43 %
Sicherheitsausstattungen	41 %	55 %

Dinge, die der jüngeren Generation wichtiger sind:

Fahrgastalter	18 bis 29	70+
WLAN und Ladevorrichtungen	51 %	27 %
Innenraumgestaltung/Materialien	24 %	15 %

Der richtige Sitzplatz – kommt es darauf an?

Wenn Sie in einen Bus einsteigen, versuchen Sie meist zunächst, den bestmöglichen Sitzplatz zu finden. Als wir die Fahrgäste im Jahr 2018 baten, uns zu zeigen, welchen Sitzplatz sie bevorzugen, lautete die Schlussfolgerung, dass die Mehrheit Einzelsitze, Sitze ohne Vorder- oder Hintermann und Plätze am Fenster bevorzugt. Doch in diesem Jahr haben wir beschlossen, etwas tiefer zu gehen und zu fragen, worauf genau sie bei der Wahl eines Sitzplatzes achten. Wie sich herausstellte, sind Beinfreiheit und eine gute Aussicht häufiger der Grund für die Wahl des Sitzplatzes als das Bedürfnis nach Privatsphäre.

50 %

geben Beinfreiheit als wichtigsten Faktor bei der Sitzplatzwahl in einem Reisebus an



Einen Fensterplatz mit viel Beinfreiheit, bitte!

Beinfreiheit und eine gute Sicht sind die beiden wichtigsten Faktoren bei der Wahl eines Sitzplatzes im Reisebus. Viele bevorzugen auch einen Sitzplatz in Fahrtrichtung, obwohl es den Reisenden in Brasilien und Mexiko nichts auszumachen scheint, in der Gegenrichtung zu sitzen. Nur 8 % bzw. 11 % geben an, dass sie einen Sitzplatz in

Fahrtrichtung wünschen. Stattdessen ist die Privatsphäre in Brasilien und Mexiko wichtiger: 32 % bzw. 34 % geben dies als wichtigen Parameter an. Auch für jüngere Fahrgäste ist die Privatsphäre wichtiger. 35 % der 18- bis 29-Jährigen in allen Ländern geben an, dass sie bei der Wahl ihres Sitzplatzes auf Privatsphäre achten, verglichen mit nur 8 % der Passagiere über 70 Jahre.

Worauf achten Sie bei der Sitzplatzwahl?

	Gesamtergebnis	Großbritannien	Schweden	Frankreich	Deutschland	Italien	Spanien	Brasilien	Australien	Mexiko
Beinfreiheit	50 %	50 %	38 %	50 %	48 %	53 %	57 %	50 %	52 %	48 %
Gute Sicht/Fenster	44 %	45 %	46 %	39 %	42 %	38 %	43 %	49 %	48 %	46 %
Sitz in Fahrtrichtung (um Übelkeit zu vermeiden)	23 %	25 %	30 %	28 %	25 %	23 %	29 %	8 %	27 %	11 %
Datenschutz	22 %	15 %	29 %	19 %	17 %	17 %	18 %	32 %	17 %	34 %
Steckdose	16 %	14 %	17 %	19 %	16 %	22 %	13 %	14 %	12 %	15 %
Sympathische Leute auf den umgebenden Plätzen	12 %	12 %	9 %	14 %	14 %	15 %	10 %	10 %	12 %	12 %
Platz in der Nähe der Ausgangstür	6 %	4 %	4 %	2 %	7 %	6 %	6 %	8 %	5 %	8 %
Platz in Toilettennähe	4 %	6 %	3 %	4 %	7 %	2 %	2 %	4 %	5 %	5 %
Platz nah am Fahrer	2 %	2 %	2 %	3 %	2 %	3 %	3 %	3 %	2 %	3 %
Nichts von alledem	2 %	4 %	2 %	1 %	3 %	2 %	1 %	1 %	2 %	1 %

Die Passagiere wurden gebeten, 1 bis 3 Aspekte auszuwählen.



In diesem Jahr geben **72 %** der Befragten an, dass sie den Sicherheitsgurt verwenden. Bei der letzten Reisebusumfrage im Jahr 2018 waren dies im Vergleich dazu **66 %**.

Anschnallen – Sicherheitsgurte werden immer häufiger verwendet

Die Umfrageergebnisse zeigen, dass Sicherheitsgurte in Reisebussen inzwischen recht stark genutzt werden. In diesem Jahr geben 72 % der Befragten an, Sicherheitsgurte zu benutzen, verglichen mit 66 % bei unserer letzten Umfrage im Jahr 2018. Bei der Volvo Bus Corporation sind wir jedoch erst zufrieden, wenn wir eine Gurtanlagequote von 100 % mit 3-Punkt-Gurten an allen Sitzen erreicht haben.



Verwenden Sie in Reisebussen normalerweise den Sicherheitsgurt?

	2018	2022
Gesamtergebnis	66 %	72 %
Schweden	83 %	81 %
Spanien	73 %	80 %
Mexiko	–	79 %
Australien	–	76 %
Brasilien	–	76 %
Frankreich	76 %	76 %
Großbritannien	71 %	69 %
Deutschland	62 %	65 %
Italien	32 %	43 %

Fahrgäste in Italien sind nach wie vor die Schlusslichter – obwohl sie am meisten zulegen – beim Anlegen des Sicherheitsgurts im Reisebus. Schweden, wo das Anlegen von Sicherheitsgurten in Bussen seit 1999 gesetzlich vorgeschrieben ist, steht mit dem höchsten Prozentsatz an Sicherheitsgurtnutzern nach wie vor auf Platz eins der Liste.

Service an Bord – die Bereitschaft zu Mehrausgaben ist gestiegen

Das Anbieten der richtigen Dienstleistungen an Bord ist eine gute Möglichkeit, sich von der Konkurrenz abzuheben und könnte dem Unternehmen sogar zusätzliche Einnahmen beschern. Die Bereitschaft, mehr zu zahlen, ist seit unserer letzten Umfrage im Jahr 2018 sogar gestiegen. Damals gaben 69 % der Passagiere an, dass sie bereit wären, für einen oder mehrere Dienste extra zu bezahlen. 2022 liegt diese Zahl nun bei 75 %.

Die Zielgruppe, die am ehesten bereit ist, für Zusatzleistungen an Bord zu zahlen, sind die 18- bis 29-Jährigen. 90 % von ihnen sind bereit, für einen oder mehrere Dienste an Bord extra zu zahlen. Der Dienst, an dem sie am meisten interessiert sind, ist schnelles WLAN. 37 % der 18- bis 29-Jährigen und 28 % der 30- bis 39-Jährigen sind daran interessiert, für diesen Dienst extra zu zahlen.

Die am häufigsten gewünschten Dienste sind im Allgemeinen schnelleres WLAN, Live-Reiseinformationen und erhöhte Sicherheit an Bord. Nimmt man jedoch die Bedingung hinzu, dass man für die Dienste auch extra bezahlen muss, so sind die beliebtesten 3 erhöhte Sicherheit an Bord, schnelles WLAN und mehr Privatsphäre. Betrachtet man die nationalen Unterschiede, stehen die Brasilianer der Zahlung von Zusatzleistungen am positivsten gegenüber (92 %), während die Briten am wenigsten bereit sind, ihr Portemonnaie zu öffnen (62 %).

Fahrgäste, die bereit sind,
für Zusatzleistungen an
Bord zu zahlen

2018: 69 %

2022: 75 %



Dienstleistungen, an denen die Passagiere interessiert sind

WLAN, das schnell genug für Musik- und Video-Streaming ist	44 %
Reiseinformationen mit voraussichtlicher Ankunftszeit, Kartenmaterial und GPS-Position	42 %
Mehr Schutz und Sicherheit an Bord	41 %
Touristische Sightseeing-Informationen mit Details zu Sehenswürdigkeiten und Attraktionen entlang der Reiseroute	38 %
Entertainment-System mit Filmen, Videos, Fernsehserien, Musik und Spielen	37 %
Verbesserte physische Privatsphäre	34 %
Gesundheitskit mit Handdesinfektionsmittel, Gesichtsmaske und Tüchern	31 %
Reiseset mit Decke, Nackenkissen, Ohrstöpseln und Schlafmaske	30 %
Gepäcküberwachung	26 %
CO ₂ -Kompensation	16 %
Fahrerinformationen/Passagierbewertung (ähnlich einer Uber-Bewertung)	16 %
Keiner dieser Dienste	4 %

Dienstleistungen, für die die Fahrgäste bereit sind, mehr zu bezahlen

Keiner dieser Dienste	25 %
Mehr Schutz und Sicherheit an Bord	20 %
WLAN, das schnell genug für Musik- und Video-Streaming ist	20 %
Verbesserte physische Privatsphäre	18 %
Entertainment-System mit Filmen, Videos, Fernsehserien, Musik und Spielen	15 %
Reiseset mit Decke, Nackenkissen, Ohrstöpseln und Schlafmaske	14 %
Gesundheitskit mit Handdesinfektionsmittel, Gesichtsmaske und Tüchern	10 %
Gepäcküberwachung	10 %
Touristische Sightseeing-Informationen mit Details zu Sehenswürdigkeiten und Attraktionen entlang der Reiseroute	9 %
Reiseinformationen mit voraussichtlicher Ankunftszeit, Kartenmaterial und GPS-Position	8 %
CO ₂ -Kompensation	8 %
Fahrerinformationen/Passagierbewertung (ähnlich einer Uber-Bewertung)	4 %

Briten, Australier, Schweden und Franzosen sind nicht sonderlich an einer erhöhten Sicherheit an Bord interessiert (**18, 24, 25 und 27 %**), in Brasilien und Mexiko ist es jedoch ein wichtiges Thema (**75 % und 63 %**).

Französische Passagiere sind am meisten an mehr Privatsphäre interessiert (**53 %**), während Briten am wenigsten daran interessiert sind (**23 %**).

Schweden haben das größte Interesse an der CO₂-Kompensation (**25 %**), während die Briten am wenigsten daran interessiert sind (**10 %**).

18- bis 29-Jährige sind die Zielgruppe mit der höchsten Zahlungsbereitschaft für Serviceleistungen an Bord. **90 %** von ihnen sind bereit, für eine oder mehrere Dienstleistungen an Bord extra zu zahlen.



Lust auf einen Snack?

Bei einer Reise mit dem Flugzeug oder der Bahn wird ein Getränk oder ein Essen oft als der beste Teil der Reise angesehen. Bei Busreisen ist es jedoch immer noch ungewöhnlich, dass man an Bord Getränke oder Speisen kaufen kann. Wir sind uns alle darüber im Klaren, dass dies zusätzlichen Platz und zusätzliches Personal erfordern würde, aber immerhin 61 % der Fahrgäste geben an, dass sie gerne kalte Getränke kaufen würden, und 40 bis 43 % wünschen sich Snacks und heißen Kaffee. Könnte dies ein ungenutztes Potenzial sein, das einem Busunternehmen den entscheidenden Vorteil gegenüber der Konkurrenz verschafft, wenn es um Vorlieben und Auswahl geht?

Jüngere Fahrgäste (18 bis 39 Jahre) sind am meisten am Kauf von Snacks (55 %) und warmen Mahlzeiten (25 %) interessiert, während ältere Fahrgäste (60+) am meisten an heißen Getränken (45 %) interessiert sind.

15 % der brasilianischen Fahrgäste würden gerne ein Drei-Gänge-Menü im Bus kaufen können. Wobei nur **5 %** der Italiener und **2 %** der Schweden einen solchen Wunsch hegen.

18 % der schwedischen Passagiere würden gerne alkoholische Getränke an Bord kaufen können. Jedoch möchten nur **4 %** der Italiener eine solche Möglichkeit.

Was möchten Sie an Bord kaufen können?

	Gesamtergebnis	Großbritannien	Schweden	Frankreich	Deutschland	Italien	Spanien	Brasilien	Australien	Mexiko
Kalte Getränke	61 %	53 %	72 %	60 %	69 %	52 %	60 %	58 %	52 %	72 %
Snacks	43 %	51 %	42 %	24 %	47 %	38 %	36 %	63 %	50 %	35 %
Heiße Getränke	40 %	45 %	41 %	41 %	46 %	40 %	37 %	29 %	38 %	44 %
Sandwiches und belegte Brötchen	39 %	37 %	51 %	37 %	31 %	28 %	34 %	40 %	39 %	54 %
Warme Mahlzeiten	18 %	16 %	7 %	15 %	20 %	15 %	14 %	29 %	25 %	20 %
Alkoholische Getränke	12 %	16 %	18 %	6 %	14 %	4 %	7 %	13 %	17 %	13 %
Drei-Gänge-Menü	8 %	7 %	2 %	10 %	6 %	5 %	9 %	10 %	10 %	15 %
Nichts von alledem	16 %	17 %	16 %	19 %	11 %	20 %	21 %	11 %	20 %	7 %

Zurücklehnen und entspannen?

Obwohl viele Menschen während einer Busfahrt gerne Kontakte knüpfen oder arbeiten, ist Schlafen nach wie vor die beliebteste Aktivität der Busreisenden. Insgesamt scheinen die Fahrgäste ruhige Aktivitäten wie Lesen und Filme schauen zu bevorzugen. In Brasilien geben sogar 24 % an, dass sie während der Fahrt gerne meditieren. Der Schlaf ist die beliebteste Aktivität im Reisebus. Was könnten Busunternehmen tun, um den Fahrgästen den Schlaf zu erleichtern? Liegesitze, Decken und Ohrstöpsel oder einen ruhigen Abschnitt im hinteren Teil des Busses?

Die drei beliebtesten Aktivitäten der Fahrgäste in einem Reisebus haben sich seit unserer letzten Umfrage im Jahr 2018 nicht verändert. Es ist immer noch schlafen, lesen und Filme schauen. Allerdings ist das Lesen zugunsten des Filmeschauens etwas ins Hintertreffen geraten. Eine Entwicklung, die sich in Zukunft wahrscheinlich fortsetzen wird, da die neuen Generationen immer weniger lesen.



Markieren Sie die Aktivitäten, die Sie gerne im Reisebus machen

	Gesamtergebnis	Großbritannien	Schweden	Frankreich	Deutschland	Italien	Spanien	Brasilien	Australien	Mexiko
Schlafen	63 %	52 %	65 %	61 %	56 %	57 %	65 %	75 %	64 %	74 %
Lesen	51 %	48 %	58 %	45 %	47 %	54 %	54 %	45 %	54 %	50 %
Filme und Videos anschauen	50 %	38 %	41 %	49 %	36 %	48 %	62 %	55 %	51 %	73 %
Blick in Fahrtrichtung	44 %	54 %	57 %	48 %	56 %	28 %	43 %	30 %	57 %	24 %
Essen	35 %	36 %	30 %	25 %	33 %	24 %	32 %	42 %	43 %	48 %
Kontaktaufnahme	30 %	23 %	30 %	37 %	52 %	35 %	24 %	26 %	25 %	22 %
Arbeiten	15 %	11 %	19 %	14 %	11 %	18 %	20 %	8 %	13 %	23 %
Meditieren	14 %	7 %	11 %	17 %	7 %	13 %	16 %	24 %	11 %	21 %
Schuhe ausziehen	11 %	8 %	21 %	8 %	9 %	6 %	7 %	18 %	14 %	10 %
Kuscheln/küssen	6 %	4 %	6 %	6 %	5 %	6 %	7 %	14 %	5 %	6 %
Trainieren	2 %	2 %	1 %	3 %	3 %	2 %	4 %	1 %	3 %	4 %
Makeup auftragen	2 %	2 %	1 %	1 %	2 %	2 %	2 %	1 %	3 %	6 %
Blick entgegengesetzt der Fahrtrichtung	2 %	2 %	2 %	2 %	2 %	2 %	2 %	2 %	3 %	2 %
Nichts von alledem	2 %	4 %	2 %	2 %	2 %	3 %	2 %	1 %	2 %	1 %

48 % der mexikanischen Fahrgäste essen gerne im Bus.

Die Deutschen sind mit **52 %** Zustimmung die kontaktfreudigsten Busreisenden.

Nur allgemein **6 %** der Reisenden geben an, dass sie gerne im Bus küssen. Passagiere in Großbritannien und Australien stehen dem Küssen im Bus jedoch am ablehnendsten gegenüber. **65** und **69 %** geben an, dass sie dies nie tun würden.

Fahrgäste ärgern sich mit zunehmendem Alter scheinbar schneller

Gibt es irgendetwas, das die Fahrgäste stören könnte, während sie sich in ihren Sitzen entspannen und die Fahrt genießen? Wir haben nachgefragt, was die Leute als besonders störend empfinden, und erfahren, dass laute Fahrgäste und Sitztrampler ganz oben auf der Liste stehen. Uns ist auch aufgefallen, dass sich die Fahrgäste mit zunehmendem Alter häufiger ärgern. Die Altersgruppe der über 70-Jährigen ist unabhängig von der Ursache am häufigsten verärgert. Sie stehen bei allen Punkten auf unserer Liste an erster Stelle.

Italiener sind im Allgemeinen weniger genervt als andere Passagiere. Nur **22 %** von ihnen fühlen sich von Haustieren belästigt, nur **26 %** durch den Geruch von Lebensmitteln und **27 %** von Mitreisenden, die Alkohol trinken.

In Brasilien darf man sich gerne zurücklehnen! Nur **11 %** geben an, dass sie sich über verstellbare Sitze ärgern.

Markieren Sie die Dinge, die Sie an einer Busreise stören

	Gesamtergebnis	Großbritannien	Schweden	Frankreich	Deutschland	Italien	Spanien	Brasilien	Australien	Mexiko
Laute Passagiere	76 %	78 %	80 %	76 %	74 %	72 %	76 %	81 %	79 %	70 %
Drücken an der Rückenlehne	68 %	69 %	86 %	64 %	62 %	54 %	69 %	75 %	70 %	68 %
Lebensmittelgeruch	54 %	56 %	65 %	45 %	50 %	26 %	62 %	64 %	59 %	58 %
Fahrgäste, die Schuhe, Socken oder mehr ausziehen	44 %	38 %	31 %	40 %	46 %	53 %	59 %	31 %	46 %	52 %
Alkohol trinken	42 %	38 %	42 %	42 %	42 %	27 %	47 %	45 %	42 %	51 %
Haustiere	35 %	40 %	28 %	31 %	38 %	22 %	35 %	34 %	47 %	44 %
Verstellbare Sitzlehnen	35 %	35 %	39 %	37 %	43 %	41 %	43 %	11 %	36 %	30 %
Nichts von alledem	2 %	3 %	1 %	2 %	2 %	2 %	2 %	1 %	2 %	1 %

Intercity- und Fernreisen

Obwohl die Fahrzeuge ähnlich sind, wissen wir, dass sich die Situation der Fahrgäste zwischen Intercity- und Fernreisen unterscheidet. Es ist anzunehmen, dass die Bedürfnisse und Erwartungen mit dem Zweck der jeweiligen Reisekategorie zusammenhängen. Daher haben wir einige Fragen zweigeteilt, um die Präferenzen der Bustouristen mit denen der Fernreisenden vergleichen zu können. Die Ergebnisse zeigen jedoch, dass die Präferenzen der Reisenden unabhängig davon recht ähnlich sind, ob es sich um eine Intercity- oder eine Touristenreise, eine Inlands- oder eine Auslandsreise handelt.



Günstig, bequem und komfortabel – warum wir mit dem Bus reisen

Die Hauptgründe für die Wahl des Reisebusses sind sowohl für Intercity- als auch für Fernreisen die gleichen. Allerdings sind einige Unterschiede zwischen den Ländern und Altersgruppen festzustellen.

Komfort wird mit zunehmendem Alter wichtiger

Das Hauptargument für jüngere Fahrgäste (18 bis 29 Jahre) ist, dass das Reisen mit dem Bus preiswert ist (Intercity: 41 % und Fernreisen 38 %). Das Hauptargument für ältere Fahrgäste (70+ Jahre) ist jedoch die Bequemlichkeit des Busreisens mit Haltestellen in der Nähe von Orten und Sehenswürdigkeiten (Intercity: 23 % und Fernreisen 37 %).

Was ist der Hauptgrund für Ihre Wahl einer Busreise?

Intercity		Tourismus	
Preiswert	35 %	Preiswert	28 %
Fahrkomfort	16 %	Komfortabel, da der Bus in der Nähe von Orten und Sehenswürdigkeiten hält	26 %
Bequem (schnellere Erreichbarkeit von Reisezielen als z. B. bei Flugreisen)	15 %	Fahrkomfort	14 %
Andere Transportmittel nicht verfügbar	10 %	Sicher und geschützt	9 %
Sicherheit	8 %	Andere Transportmittel nicht verfügbar	7 %
Schnell	5 %	Kontaktaufnahme/Gesellschaft	6 %
Umweltfreundlich	5 %	Umweltfreundlich	4 %
Möglichkeit, während der gesamten Reise online zu bleiben	3 %	Nichts von alledem	3 %
Nichts von alledem	3 %	Möglichkeit, während der gesamten Reise online zu bleiben	3 %

28 %

nennen den günstigen
Preis als Hauptgrund für
die Wahl des Reisebusses
für touristische Reisen



Intercity – unterschiedliche Argumente für unterschiedliche Länder

45 % der französischen und 47 % der brasilianischen Fahrgäste geben an, dass sie den Reisebus für Intercity-Fahrten vor allem deshalb wählen, weil er preiswert ist. Zum Vergleich: In Mexiko sind es nur 20 %. Die Sicherheit ist in Brasilien und Mexiko ein wichtiges Argument. Hier geben 13 % (Brasilien) und 21 % (Mexiko) an, dass dies der Hauptgrund für die Wahl des Reisebusses ist. Zum Vergleich: In Schweden sind es nur 1 %.

Komfort und Sicherheit – warum Mexikaner mit dem Bus reisen

Die mexikanischen Fahrgäste stechen beim Thema der Verkehrsmittelwahl hervor, da sie den Reisebus gegenüber anderen Verkehrsmitteln bevorzugen. Sie schätzen den Komfort viel höher ein als andere Nationalitäten (Intercity: 27 % und touristische Fernreisen 22 %), während der Preis für sie kein schwerwiegender Grund für die Wahl des Busses ist (Intercity: 20 % und touristische Fernreisen 15 %). Sie wählen den Bus auch in höherem Maße wegen der Sicherheit (Intercity: 21 % und touristische Fernreisen 18 %).

Es ist jedoch erwähnenswert, dass mexikanische Reisende vielleicht weniger Alternativen haben als Reisende aus den anderen Ländern dieser Umfrage. Busse und Flugzeuge sind die einzige Möglichkeit für Fernreisende, sich in Mexiko fortzubewegen, abgesehen von ein paar sehr kleinen Zugverbindungen in bestimmten Gebieten.



Was hat den größten Einfluss darauf, ob Sie eine Fahrt im Reisebus als angenehm empfinden?

Intercity		Tourismus	
Sicherheit	50 %	Sicherheit	46 %
Beinfreiheit	42 %	Innenraumklima (Temperatur und Luftqualität)	37 %
Innenraumklima (Temperatur und Luftqualität)	40 %	Beinfreiheit	37 %
Fahrgastsitz/Sitzplatz	38 %	Fahrgastsitz/Sitzplatz	33 %
Sauberkeit und Antivirenfilter	28 %	Sichtverhältnisse und Blick nach draußen	25 %
WLAN und Ladevorrichtungen	25 %	Sauberkeit und Antivirenfilter	24 %
Sichtverhältnisse und Blick nach draußen	19 %	WLAN und Ladevorrichtungen	21 %
Fahrer	18 %	Mitreisende Fahrgäste im Bus	19 %
Stauraum für persönliche Gegenstände	14 %	Fahrer	18 %
Mitreisende Fahrgäste im Bus	13 %	Stauraum für persönliche Gegenstände	14 %
Nichts von alledem	1 %	Nichts von alledem	2 %

Die Passagiere wurden gebeten, 1 bis 3 Aspekte auszuwählen.

An erster Stelle steht bei den Passagieren die **Sicherheit**

Sicherheit noch wichtiger als Komfort

Wenn wir uns nur auf ein oder zwei Faktoren konzentrieren müssten, um das Erlebnis für die Fahrgäste zu verbessern, welche wären das? Um herauszufinden, was sich am stärksten auf eine als angenehm empfundene Busfahrt auswirkt, haben wir den Fahrgästen eine Liste mit Optionen vorgelegt und sie gebeten, die drei wichtigsten Faktoren zu markieren. Weit oben auf der Liste stehen Beinfreiheit, Raumklima und Sitzplatz. Das überrascht

nicht, da diese Faktoren alle für den Komfort von Langstreckenfahrten entscheidend sind. Aber an erster Stelle steht vor allem die Sicherheit.

Bei der letzten diesbezüglichen Umfrage im Jahr 2018 standen „Beinfreiheit“ und „Sitzplatz“ ganz oben auf der Liste. Dieses Jahr (2022) haben wir „Sicherheit“ als Argument in die Antwortmöglichkeiten aufgenommen, was umgehend zu einem neuen Spitzenreiter geführt hat.



Dinge, die mit zunehmendem Alter wichtiger werden *

Fahrgastalter	18 bis 29	70+
Fahrer	13 %	23 %
Sicht/Aussicht	14 %	26 %
Beinfreiheit	31 %	51 %

Dinge, die der jüngeren Generation wichtiger sind *

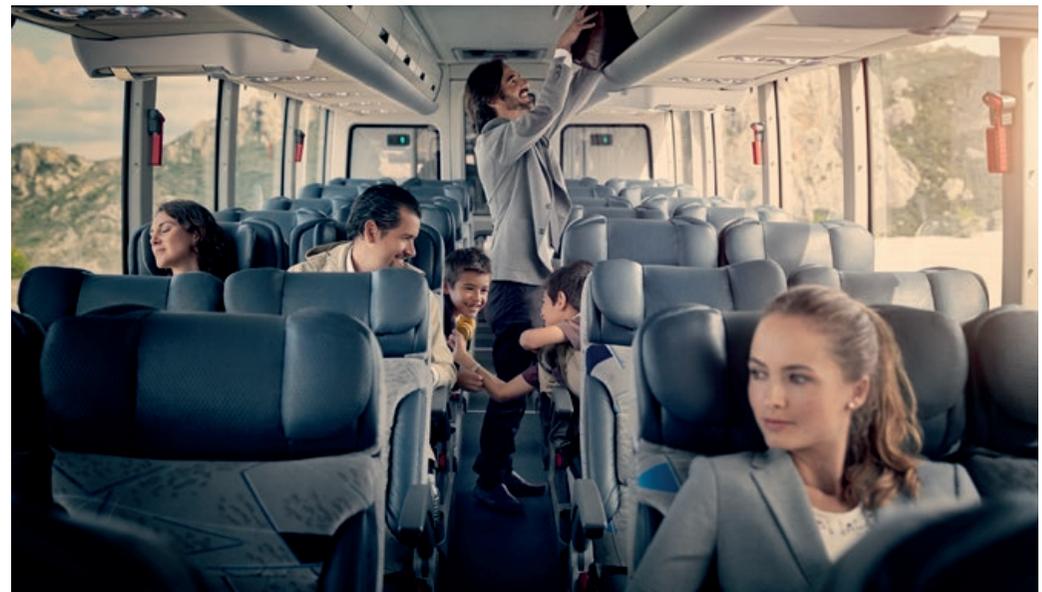
Fahrgastalter	18 bis 29	70+
WLAN und Ladevorrichtungen	38 %	10 %
Stauraum für persönliche Gegenstände	22 %	11 %

* Die Zahlen beziehen sich auf Intercity-Reisen. Betrachtet man dieselbe Frage für touristische Fernreisen, so zeigt sich derselbe Zusammenhang zwischen Alter und Prioritäten, wenn auch nicht mit genau demselben Prozentsatz.

Beinfreiheit – nicht so wichtig in Mexiko und Brasilien

Hier sind einige Länder, deren Ergebnisse im Vergleich zu den anderen Nationalitäten auffallen:

- In Mexiko spielen die Mitreisenden für die Passagiere eine weniger wichtige Rolle. Nur **6 %** (Intercity) und **8 %** (Fernreisen) wählten „Mitreisende Fahrgäste im Bus“ als wichtigen Parameter für eine angenehme Busfahrt.
- In Mexiko und Brasilien ist Beinfreiheit für Passagiere nicht so wichtig wie für Passagiere anderer Länder. Nur **29 bis 33 %** (Brasilien) und **24 bis 29 %** (Mexiko) geben an, dass dies sich auf eine angenehme Busfahrt auswirkt. Im Vergleich dazu: **44 bis 47 %** in Deutschland.
- In Schweden und Frankreich machen sich die Passagiere weniger Gedanken um Desinfektion und antivirale Maßnahmen. Nur **13 bis 14 %** (Schweden) und **13 bis 16 %** (Frankreich) führen diesen Faktor unter den obersten 3 Faktoren auf, die eine angenehme Busfahrt ausmachen. Im Vergleich dazu: **34 bis 38 %** in Mexiko.
- Der Sicherheit wird in Brasilien und Mexiko große Bedeutung beigemessen. **60 bis 68 %** geben an, dass sie wichtig für eine angenehme Busfahrt ist. Im Vergleich zu nur **34 bis 35 %** in Großbritannien und Schweden.



Welche der folgenden Busreisen planen Sie in den nächsten 12 Monaten zu unternehmen?

	Gesamtergebnis	Großbritannien	Schweden	Frankreich	Deutschland	Italien	Spanien	Brasilien	Australien	Mexiko
Intercity-Reise im Inland (Reise zwischen zwei Städten)	67 %	67 %	73 %	65 %	50 %	71 %	73 %	68 %	63 %	73 %
Touristische Reise im Inland (Busreise für eine Gruppe von Urlaubern)	35 %	34 %	16 %	30 %	41 %	45 %	38 %	34 %	35 %	37 %
Intercity-Reise ins Ausland (Reise zwischen zwei Städten)	17 %	12 %	10 %	23 %	22 %	18 %	16 %	22 %	15 %	12 %
Touristische Fernreise ins Ausland (Busreise für eine Gruppe von Urlaubern)	11 %	9 %	15 %	12 %	22 %	13 %	8 %	10 %	11 %	4 %
Sonstiges	2 %	3 %	2 %	2 %	1 %	1 %	1 %	2 %	2 %	1 %

Junge Erwachsene machen Intercity-Reisen

Die jüngsten Befragten (18 bis 29 Jahre) sind die größte Zielgruppe, wenn es um die Planung von Intercity-Reisen im Inland geht. 81 % von ihnen planen eine solche Reise innerhalb dieses Jahres. Fahrgäste mittleren Alters (30 bis 49 Jahre) zeigen das größte Interesse an internationalen Intercity-Reisen (22 %) und Passagiere über 70 Jahre bilden die größte Zielgruppe, wenn es um touristische Reisen geht, sowohl im Inland (40 %) als auch im Ausland (16 %).

Inländische Urlaubsreisen sind beliebt in Italien. Die Deutschen fahren ins Ausland.

Italiener sind die Passagiere mit dem größten Interesse an Inlandsurlaubsreisen, wobei 45 % eine Reise im Jahr 2022 planen, während nur 16 % der schwedischen Passagiere im kommenden Jahr eine Inlandsurlaubsreise mit dem Bus planen. Bei Urlaubsreisen ins Ausland liegen die Deutschen mit 22 % in diesem Jahr vorne, während die Mexikaner mit nur 4 % etwas zögerlicher sind.

22 % der Deutschen planen, im kommenden Jahr mit dem Bus ins Ausland zu reisen

Kapitel 2: Der Fahrer

Reisebusfahrer messen der Konnektivität wie auch der Sicherheit oberste Priorität bei

An der Umfrage nahmen 800 Fahrer aus Europa, Australien und Südamerika teil.



Beruf: Reisebusfahrer

In der Fahrgastbefragung haben wir festgestellt, dass Sicherheit und Komfort eine große Rolle für ein positives Reiseerlebnis spielen. Aber was macht die Busfahrt zu einer angenehmen Erfahrung für den Fahrer? Welche Faktoren sind ausschlaggebend dafür, dass ein Busfahrer rundum zufrieden mit seiner Arbeit ist?

Das Fahren ist der beste Teil der Arbeit

Jeder will sich bei der Arbeit wertgeschätzt fühlen. Das gilt auch für Reisebusfahrer. Und da sie ihr tägliches Feedback überwiegend von den Fahrgästen bekommen, ist es keine große Überraschung, dass sie den „Kontakt zu den Fahrgästen“ als einen der besten Bereiche des Berufs betrachten. Am meisten Freude bereitet ihnen jedoch das Fahren selbst.



Was ist die beste Seite an Ihrem Beruf?

Alter des Fahrers	Gesamtergebnis	18 bis 29	30 bis 45	46 bis 59	60+
Fahren	31 %	24 %	32 %	32 %	26 %
Kontakt zu den Fahrgästen	23 %	13 %	17 %	22 %	38 %
Schöne Natur und Sehenswürdigkeiten	16 %	25 %	16 %	17 %	13 %
Anspruchsvolle Strecken	16 %	13 %	17 %	16 %	16 %
Unbekannte Orte besuchen	14 %	25 %	18 %	13 %	7 %

Vergleicht man das Alter der Fahrer mit dem Teil der Arbeit, der ihnen am meisten Spaß macht, so zeigen sich deutliche Unterschiede. Ältere Fahrer haben mehr Freude an der Begegnung mit Fahrgästen, während die jüngeren Fahrer gerne neue und interessante Orte besuchen. Das ist vielleicht nicht verwunderlich, wenn man neu im Beruf ist und alles zum ersten Mal erlebt.

Ältere Fahrer genießen den Kontakt zu den Fahrgästen, während jüngere Fahrer gerne neue und interessante Orte besuchen



Charterfahrer bekommen immer noch Applaus

Wie viele von uns wissen, sind Betriebsklima und die Atmosphäre am Arbeitsplatz entscheidend dafür, dass wir uns bei der Arbeit wohl fühlen. Der Umfrage zufolge scheint die Atmosphäre an Bord von Reisebussen im Allgemeinen angenehm zu sein. Die Mehrheit der Busfahrer, 61 %, gibt an, dass sie selten oder nie auf verärgerte oder unangenehme Fahrgäste treffen. Und 74 % der Busfahrer sagen, dass sie häufig oder zumindest ab und zu spontanen Applaus von Fahrgästen erhalten. Es überrascht nicht, dass die große Mehrheit der Fahrer, die Beifall erhalten, auf Charterfahrten unterwegs ist.

Fahrer zwischen 46 und 60 Jahren haben wesentlich seltener unangenehme Fahrgäste als jüngere Fahrer. Vielleicht benehmen sich die Fahrgäste in der Nähe älterer Fahrer besser, oder liegt es an der Perspektive der Fahrer, die mit zunehmendem Alter entspannter und gelassener werden?



Wie oft begegnen Sie verärgerten oder unangenehmen Fahrgästen?

Jahr	2018	2022
Häufig	8 %	8 %
Ab und zu	29 %	31 %
Selten	53 %	51 %
Nie	10 %	10 %

Begegnung mit verärgerten oder unangenehmen Fahrgästen? Unterteilt nach Fahreralter

Alter des Fahrers	18 bis 29	30 bis 45	46 bis 59	60+
Oft/ab und zu	56 %	51 %	35 %	24 %
Selten/nie	44 %	49 %	65 %	76 %

Wie oft erhalten Sie spontanen Applaus?

Ab und zu	42 %
Häufig	32 %
Selten	17 %
Nie	9 %

Reisebusfahrer messen der Konnektivität wie auch der Sicherheit oberste Priorität bei

Ein Busfahrer verbringt jedes Jahr Tausende von Stunden hinter dem Lenkrad. Deshalb haben wir gefragt, welche Funktionen und Dienste für ihn bei seiner täglichen Arbeit am wichtigsten sind. Auf Platz 2 und 3 der Liste finden wir Sicherheitsunterstützungssysteme und Handhabung/Manövrierbarkeit, die bei der gleichen Frage im Jahr 2018 auf Platz 1 und 2 der Liste standen. Doch in diesem Jahr haben wir eine neue Option hinzugefügt, die auf der Prioritätenliste der Fahrer ganz oben steht: Konnektivität und einfache Verbindung mit dem Smartphone und anderen Geräten.



Worauf legen Sie als Reisebusfahrer den größten Wert?

1. Einfaches Verbinden des Smartphones und anderer Geräte
2. Fahrerassistenz-Sicherheitssysteme
3. Handling und Manövrierbarkeit
4. Informationskonfiguration auf Displays
5. Ladekapazität für persönliche Gegenstände und Gepäck
6. Kraftstoffeffizienz
7. Motorleistung
8. Fahrertrennwand aus Glas/COVID-Schutz
9. Multimediasystem
10. Sichtverhältnisse
11. Komfortabler Fahrerplatz

Anwerben von Fahrern

Die COVID-19-Pandemie hat sich auf die Transport- und Reisebranche ausgewirkt. Die vielleicht sichtbarste Auswirkung war die Vielzahl der weltweiten Beschränkungen, die die Nachfrage stark reduzierten. Jetzt hat die Branche begonnen, sich zu erholen, und die Busunternehmen versuchen, sich neu auszurichten und zu analysieren, welche Unternehmenswerte sie dabei unterstützen, Fahrer zu halten und anzuwerben, wenn die Nachfrage nach Busreisen wieder stetig steigt.



22 % zogen im Laufe der Pandemie einen Berufswechsel in Betracht

65 % der Fahrer geben an, dass sie sich über das Risiko einer Ansteckung mit COVID-19 am Arbeitsplatz Sorgen gemacht haben, und 32 % hatten in den letzten Jahren Angst, ihren Arbeitsplatz zu verlieren. Aber die vielleicht bemerkenswerteste Zahl ist, dass 22 % sogar einen kompletten Berufswechsel in Betracht gezogen haben. Die Umfrageergebnisse lassen nicht erkennen, dass ein bestimmtes Land oder eine bestimmte Region stärker betroffen ist als andere. Die Fahrer, die angaben, ihren Arbeitsplatz verloren oder einen Berufswechsel in

Erwägung gezogen zu haben, kommen aus vielen verschiedenen Ländern, darunter Australien, Brasilien, Deutschland, Italien, Norwegen, Spanien und Schweden, um nur einige zu nennen.

84 % empfehlen den Beruf des Reisebusfahrers immer noch weiter

Obwohl die Branche ein paar schwere Jahre hinter sich hat, ist die Mehrheit der Busfahrer, nämlich 84 %, immer noch so zufrieden mit ihrer Arbeit, dass sie anderen empfehlen würden, den Beruf zu ergreifen.

Haben Sie angesichts der Pandemie Folgendes in Betracht gezogen oder diesbezüglich Gedanken gehabt?

	Gesamtergebnis	18 bis 29	30 bis 45	46 bis 59	60+
Besorgt über das Risiko einer Ansteckung bei der Arbeit	65 %	61 %	55 %	65 %	74 %
Befürchtungen gehabt, den Job zu verlieren	32 %	49 %	43 %	25 %	22 %
In Betracht gezogen, den Beruf zu wechseln	22 %	22 %	30 %	19 %	13 %
In Betracht gezogen, die Firma/den Arbeitgeber zu wechseln	10 %	10 %	12 %	8 %	10 %
Den Beruf gewechselt	8 %	12 %	9 %	6 %	7 %
Firma/Arbeitgeber gewechselt	7 %	15 %	9 %	5 %	5 %
Den Job verloren	6 %	7 %	6 %	7 %	3 %

Würden Sie anderen empfehlen, Busfahrer zu werden?

	2018	2022
JA	85 %	84 %
NEIN	15 %	16 %



84 %

empfehlen den Beruf des
Reisebusfahrers weiter

Wie wählen Fahrer Ihren Arbeitgeber aus?

Ein zuverlässiger Reisebusfahrer ist in der Busbranche sehr begehrt. In vielen Ländern können die Fahrer zwischen den Angeboten verschiedener Arbeitgeber wählen. Was kann ein Busunternehmen also tun, um sich gegen die Konkurrenz durchzusetzen, Fahrer anzuwerben und diese langfristig zu halten? Ein wettbewerbsfähiges Gehalt ist der Hauptgrund bei der Wahl eines bestimmten Arbeitgebers, im Anschluss daran folgt bei der Wahl des Arbeitgebers das Fahrzeug, das gefahren wird, zusammen mit einem starken Fokus auf die Sicherheit an Bord. Es besteht eindeutig eine starke Bindung zwischen dem Fahrer und dem Fahrzeug.



Was sind die entscheidenden Kriterien bei der Wahl des Arbeitgebers?

	2018	2022
Das Gehalt	–	53 %
Sicherheit an Bord hat Priorität	–	40 %
Welchen Linien-/Reisebus ich fahren werde	58 %	39 %
Flexible Arbeitszeiten	46 %	38 %
Schulungsangebot und Fortbildungsmöglichkeiten	30 %	35 %
Meine Kollegen	34 %	32 %
Mein Vorgesetzter	36 %	27 %
Wohin ich bei ihm fahren soll (Länder, Orte)	35 %	24 %
Wie lang die Strecken sind, die ich fahren soll	22 %	12 %

Die Fahrer wurden gebeten, drei Aspekte auszuwählen, die sie für die wichtigsten hielten.

40 %

geben an, dass die Sicherheit an Bord bei der Wahl des Arbeitgebers Priorität hat. Das ist der zweitwichtigste Faktor.

In Schweden und Australien hat das Gehalt für Fahrer nicht oberste Priorität

Wenn wir das Ergebnis aufschlüsseln und die Fahrer in den verschiedenen Ländern betrachten, stellen wir fest, dass die wichtigsten Faktoren sich unterscheiden. In Schweden und Australien steht das Gehalt nicht einmal ganz oben auf der Liste. Stattdessen legen die Fahrer dort Wert größeren auf das Fahrzeug, das sie fahren werden, sowie auf flexible Arbeitszeiten. In Brasilien stehen bei der Wahl des Arbeitgebers Möglichkeiten im Vordergrund, sich als Fahrer durch Schulungen und Weiterbildungen zu verbessern.

In Brasilien ist die Hauptmotivation bei der Wahl des Arbeitgebers der Verbesserungsspielraum als Fahrer.

Das Wichtigste bei der Wahl Ihres Arbeitgebers? Beispiel für die Unterschiede zwischen den Ländern

	Gesamtergebnis	Schweden	Norwegen	Deutschland	Italien	Spanien	Brasilien	Australien
Das Gehalt	53 %	26 %	51 %	61 %	54 %	60 %	55 %	37 %
Sicherheit an Bord hat Priorität	40 %	38 %	38 %	40 %	54 %	35 %	53 %	43 %
Welchen Linien-/Reisebus ich fahren werde	39 %	45 %	35 %	30 %	46 %	32 %	42 %	47 %
Flexible Arbeitszeiten	38 %	43 %	45 %	26 %	36 %	49 %	42 %	45 %
Verbesserungsmöglichkeiten als Fahrer durch Aus- und Weiterbildung	35 %	28 %	25 %	31 %	36 %	42 %	67 %	37 %
Meine Kollegen	32 %	43 %	49 %	36 %	9 %	29 %	7 %	35 %
Mein Vorgesetzter	27 %	43 %	14 %	38 %	25 %	19 %	12 %	29 %
Wohin ich bei ihm fahren soll (Länder, Orte)	24 %	21 %	32 %	29 %	30 %	17 %	3 %	27 %
Wie lang die Strecken sind, die ich fahren soll	12 %	15 %	13 %	9 %	11 %	17 %	20 %	2 %

Die Fahrer wurden gebeten, drei Aspekte auszuwählen, die sie für die wichtigsten hielten.

Sicherheit auf dem Vormarsch

Moderne Reisebusse werden immer fortschrittlicher. Die Fahrer werden von hochentwickelten Systemen unterstützt, die manchmal sogar den Fahrer übergehen können, um die Sicherheit und den Komfort in einer kritischen Situation zu gewährleisten. Die Einführung neuer Systeme bedeutet einen ständigen Bedarf an Schulung und Ausbildung. Aus der Umfrage geht klar hervor, dass die Fahrer ein Bedürfnis nach mehr Informationen über Fahrerunterstützungssysteme und -funktionen haben – und das Interesse an Sicherheit ist seit 2018 merklich gestiegen.



Worüber Fahrer mehr Kenntnisse für notwendig erachten bzw. besser informiert werden möchten

	2018	2022
Fahrerassistenzsysteme	52 %	54 %
Sicherheitsausstattungen	40 %	46 %
Fahrsicherheitstraining	34 %	43 %
Handhabung der Bordfunktionen (Küche, Toilette, Infotainment-System usw.)	38 %	36 %
Eco-Trainings (Schulungen zu wirtschaftlicher Fahrweise)	27 %	31 %
Serviceleistungen für die Fahrgäste	22 %	20 %

43 %

sind an Fahrsicherheitsschulungen interessiert, im Vergleich zu 34 % im Jahr 2018.

Vor- und Nachteile laut der Fahrer

Wir wollten die Bedürfnisse der Fahrer umfassend verstehen und mehr über ihren Standpunkt erfahren – welche Länder bieten den besten Service, welche Art von Fahrgästen ist ihnen am liebsten und welche Verkehrsteilnehmer erschweren die Arbeit am meisten? Hier ist das Ergebnis: die Top-Listen der Busfahrer selbst.

Die meisten Fahrer leiden mehr unter kaltem Wetter als unter Hitze

Nicht nur Fahrer in Brasilien oder Australien leiden unter der Hitze. Ebenso viele europäische Fahrer und sogar Fahrer aus Skandinavien gehören zu den 50 % der Fahrer, die sagen,

dass sie mit Hitze zu kämpfen haben. Kälte ist jedoch noch weiter verbreitet: 66 % der Fahrer sahen sich bei ihrer Arbeit kalten Wetterbedingungen ausgesetzt. Kälte ist vor allem, aber nicht ausschließlich, ein Problem für europäische Fahrer. Sandstürme scheinen glücklicherweise eher kein Problem darzustellen, obwohl einige deutsche Charterfahrer laut unserer Umfrage damit zu kämpfen haben.

Busfahrer genießen schöne Strecken

Wie in der nachstehenden Tabelle zu sehen ist, treffen viele Fahrer auf schwierige Bedingungen in Form von hügeligen und kurvenreichen Straßen. Aber vielleicht ist dies eine

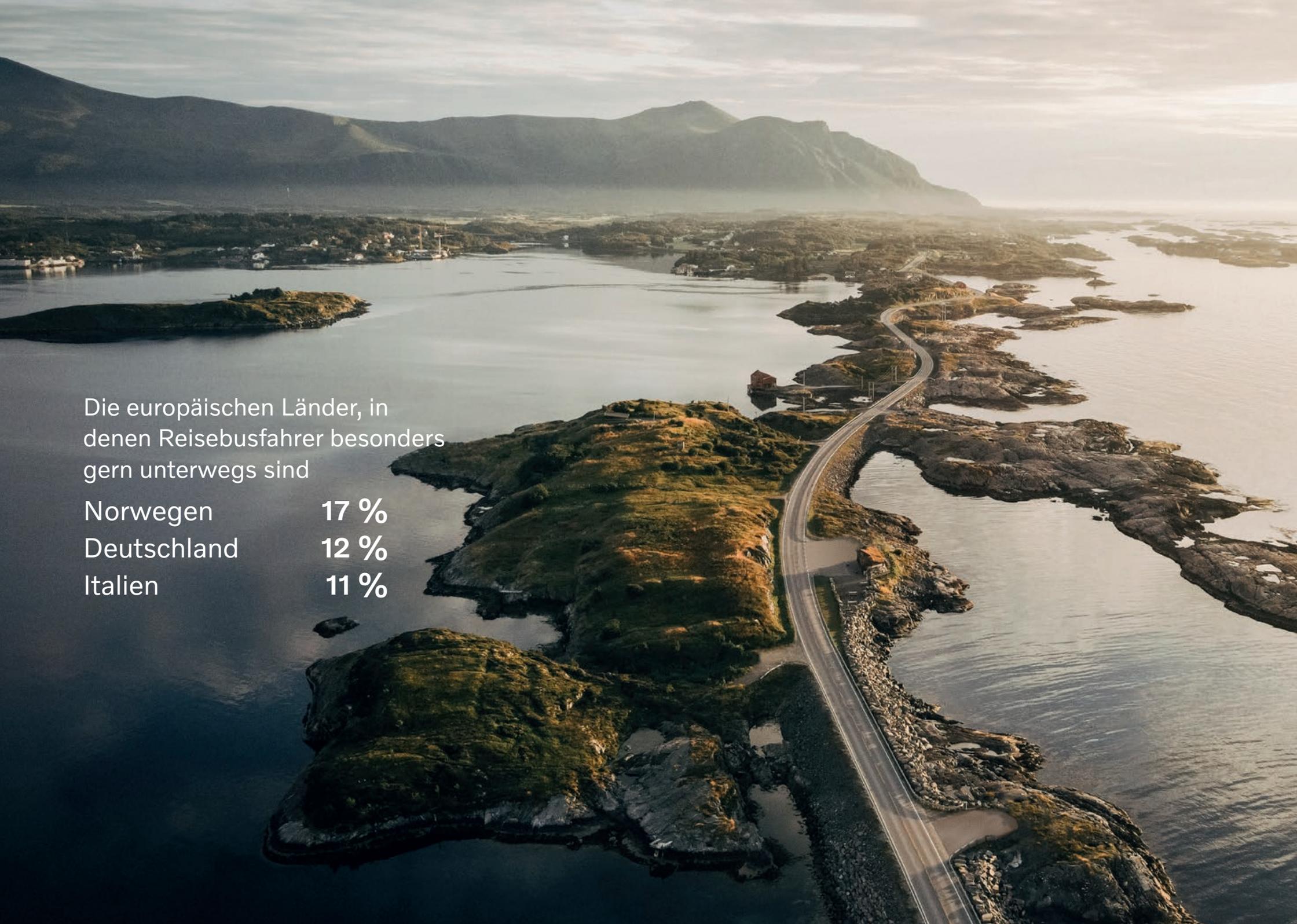
Herausforderung, die viele Fahrer begrüßen. Vielleicht ist das der Grund, warum Norwegen an der Spitze der Länder steht, in denen Busfahrer am liebsten fahren. Auch wenn die meisten Fahrer eher für ihr eigenes Land gestimmt haben, kamen die Stimmen für Norwegen von Fahrern aus ganz Europa, Südamerika und Australien.

Welchen herausfordernden Fahrbedingungen begegnen Sie bei Ihrer Arbeit?

Kleine, schmale Stadtstraßen	72 %
Kaltes Wetter, Schnee und vereiste Straßen	66 %
Hügelige, steile Straßen	53 %
Starke Winde	52 %
Serpentinen	51 %
Hitze	50 %
Sandstürme	4 %

Auf diese Frage konnten mehrere Antworten gegeben werden.



An aerial photograph of a scenic coastal landscape. A two-lane asphalt road winds through a series of small, rocky islands and peninsulas. The islands are covered in green vegetation and some have small buildings. The water is a deep blue-grey color. In the background, a range of mountains stretches across the horizon under a hazy, overcast sky. The overall mood is serene and picturesque.

Die europäischen Länder, in denen Reisebusfahrer besonders gern unterwegs sind

Norwegen	17 %
Deutschland	12 %
Italien	11 %



Rücksichtslose Fahrer sind eine Herausforderung

Für Busfahrer bedeutet ein typischer Arbeitstag auch Umgang mit anderen Verkehrsteilnehmern. Die meisten Busfahrer haben kein Problem mit Fußgängern oder Straßenbauarbeitern, aber Radfahrer und vor allem rücksichtslose Autofahrer gelten als Herausforderung.

Die schwierigsten Begegnungen auf der Straße laut der Erfahrungen der Busfahrer

Rücksichtslose Fahrer	55 %
Radfahrer	29 %
Straßenbau/-arbeiten	11 %
Fußgänger	5 %



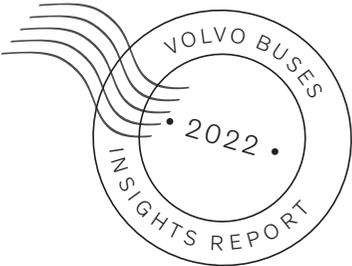
Die Lieblingsländer der Fahrer

Im Jahr 2018 hat Deutschland in allen Kategorien als Lieblingsland der Fahrer „gewonnen“. Die Fahrer schätzen dieses Land in diesem Jahr immer noch sehr hoch ein. Es nimmt den zweiten Platz in der Liste der beliebtesten Länder zum Fahren ein, nur Norwegen wird noch höher bewertet. Deutschland ist jedoch immer noch die Nummer eins, wenn es um das Land mit dem besten Service für Busfahrer geht.

In welchem Land erhält man als Reisebusfahrer den besten Service?

2018	Deutschland
2022	Deutschland

Fazit



Reisen mit dem Bus sind nach wie vor sehr beliebt

– 65 % planen innerhalb des nächsten Jahres eine Busreise

Busreisen sind sowohl bei den Fahrgästen als auch bei den Fahrern nach wie vor sehr beliebt. Die Nachfrage steigt und wird voraussichtlich in etwa einem Jahr das Niveau vor der Pandemie erreichen. Dies ist möglicherweise die wichtigste Erkenntnis aus unserer Fahrgastbefragung. Auf der Grundlage der Antworten von über 9.000 Fahrgästen und 800 Fahrern aus aller Welt können wir Ihnen einige Erkenntnisse mitteilen. Dies sind unsere bemerkenswertesten Resultate:

Fahrgastumfrage

- Die Nachfrage nach Busreisen kehrt zurück, 65 % planen Reisen in den nächsten 12 Monaten
- Zunehmende Zahlungsbereitschaft für Zusatzleistungen (75 %)
- Die Pandemie hat zu einer zusätzlichen Nachfrage nach Hygiene und Sicherheit geführt

Fahrerbefragung

- Busfahrer legen größten Wert auf Sicherheit und zuverlässiges WLAN für Smartphones
- Ein wettbewerbsfähiges Gehalt und flexible Arbeitszeiten sind wichtige Faktoren, um Fahrer anzuwerben und zu halten
- Reisebusfahrer empfehlen ihren Beruf nach wie vor gerne weiter

Trendthemen

Dieser Coach Insights Report ist der zweite der Volvo Bus Corporation, den ersten haben wir im Jahr 2018 herausgegeben. Die größten Unterschiede zwischen 2018 und 2022 betreffen Sicherheit, Konnektivität, Service an Bord und angeforderte Informationen:

- Wir erkennen insgesamt ein gestiegenes Interesse an der Bereitstellung von Informationen und dem Bedürfnis nach größerer persönlicher Entscheidungsfreiheit
- Die Zahl der Fahrgäste, die bereits bei der Buchung ihres Tickets Informationen über das Fahrzeug und die Dienstleistungen an Bord wünschen, ist von 71 % auf 90 % gestiegen
- Die Zahl der Fahrgäste, die für zusätzliche Services einen Aufpreis zahlen würden, ist von 69 % auf 75 % gestiegen
- Wir erkennen ein wachsendes Interesse an WLAN, Konnektivität und Sicherheit sowohl bei Fahrgästen als auch bei Fahrern
- Die Verwendung von Sicherheitsgurten ist von 64 % auf 72 % gestiegen



Quellenangaben





Reisebus-Fahrgastumfrage

Märkte: Australien, Brasilien, Frankreich, Deutschland, Italien, Mexiko, Spanien, Schweden, Vereinigtes Königreich.

Zielgruppe: Männliche und weibliche Reisebus-Fahrgäste, Mindestalter 18 Jahre (Altersgruppe „18+“), die in den vergangenen fünf Jahren mindestens eine Langstrecken-Busreisen mit einer Dauer von einer Stunde (oder länger) unternommen haben.

Zielgruppe: 9.000 Onlineinterviews (1.000 pro Land). Die Befragung wurde von April bis Mai 2022 in Zusammenarbeit mit Kantar (www.kantar.com) durchgeführt.

Reisebus-Fahrerumfrage

Märkte: An der Umfrage nahmen Fahrer aus 23 verschiedenen Ländern teil, aus ganz Europa, Australien und Südamerika. Die meisten teilnehmenden Fahrer kamen aus Australien, Brasilien, Deutschland, Italien, Spanien, Schweden und Norwegen.

Vergleiche zwischen verschiedenen Ländern sind jedoch schwierig, da die Zahl der teilnehmenden Fahrer von Land zu Land sehr unterschiedlich ist. Wenn man es auf ein bestimmtes Land herunterbricht, bleiben zu wenige Antworten übrig, um statistisch zuverlässige Schlussfolgerungen ziehen zu können.

Zielgruppe: Reisebusfahrer und -fahrerinnen, Mindestalter 18 Jahre (Altersgruppe „18+“), die im Intercity- und/oder Charterbetrieb arbeiten.

Durchführung: 800 Onlineinterviews. Die Umfrage wurde im Mai 2022 durchgeführt.

Die Tabellen und Zahlen in diesem Bericht stammen aus zwei verschiedenen quantitativen Onlineumfragen. Eine wurde unter Busfahrgästen und die andere unter Reisebusfahrern durchgeführt. Die Umfragen wurden ursprünglich auf Englisch verfasst und dann in die verschiedenen Muttersprachen übersetzt. Daher kann es bei den Übersetzungen zu leichten Abweichungen gekommen sein.

V O L V O