**Elektroantrieb**

Elektrisch angetriebene Omnibusse sind keine Innovation. Seit Jahrzehnten fahren Oberleitungsomnibusse in Moskau, Budapest, Solingen, Esslingen und vielen anderen Städten. Inzwischen werden elektrisch angetriebene Omnibusse erprobt, die ohne die technisch aufwendige, teure und städtebaulich nicht immer erwünschte Oberleitung auskommen. Das zentrale Problem bei dieser Technologie ist die Speicherung der elektrischen Energie. Mit herkömmlichen **Akkumulatoren** (Batterien) können nur kurze Strecken zurückgelegt werden. Daher werden vor allem Schnellladesysteme erprobt, die es ermöglichen, den Akku eines Omnibusses an den Endstationen soweit aufzuladen, dass der Bus bis zur nächsten Ladestation weiterfahren kann. Eine Alternative zum Akkumulator ist die **Brennstoffzelle**. Sie erzeugt den Antriebsstrom durch eine chemische Reaktion von Sauerstoff mit einem Brennstoff, beispielsweise Wasserstoff, Methan (Erdgas) oder Methanol. Diese Brennstoffe werden in Tanks mitgeführt und ermöglichen Reichweiten, die an die konventionellen Antriebsenergien heranreichen.

**Omnibus-Oberleitungen**

### 1.6.1.3 Lärm

Omnibusse verursachen Lärm. Dabei steht der Motor gar nicht im Vordergrund. Als Lärm werden vor allem die Laufgeräusche der Reifen und des Antriebsstrangs wahrgenommen. Im Stadtverkehr kommen noch die Geräusche der Druckluftanlage und des Lüfters hinzu.

Für die Lärmemissionen von Nutzfahrzeugen gibt es Richtlinien, die die Einstufung der Fahrzeuge in verschiedene Geräuschklassen vorsehen. Diese Einstufung wirkt sich auf die Kfz-Steuer aus.

### 1.6.2 Umweltverträglicher Betrieb von Omnibussen

Auch beim Betrieb von Omnibussen muss der Unternehmer den Umweltschutz im Blick haben. **Umweltschonender Einsatz** von Omnibussen ist meist gleichbedeutend mit **kostengünstigem Einsatz**. Umweltschutz ist folglich auch aus betriebswirtschaftlicher Sicht vernünftig.

- Ein vorausschauender und defensiver Fahrstil verbraucht weniger Kraftstoff und verursacht weniger schädliche Abgase. Bremsbeläge und Reifen halten länger – das schont Ressourcen und senkt die Betriebskosten.
- Mittlerweile ohnehin gesetzlich vorgeschriebene Assistenzsysteme wie Antiblockiersysteme (ABS), Antriebsschlupfregelungen (ASR), verschleißlose Dauerbremsen (Retarder) oder Geschwindigkeitsbegrenzer verringern den Verschleiß von Fahrzeugteilen und schonen so Ressourcen und den Geldbeutel des Unternehmers gleichermaßen. Die bereits erwähnten runderneuerten Reifen zeigen die gleiche Wirkung.
- Vor allem im Linienverkehr ist es geboten, den Antriebsstrang auf die konkreten Einsatzbedingungen abzustimmen. Das senkt den Kraftstoffverbrauch ebenso wie den Verschleiß.
- **Lärm** ist nicht nur eine Frage der Konstruktion eines Busses, sondern auch der Bedienung. Viele Omnibusfahrer neigen beispielsweise dazu, den Motor im Stand nicht abzustellen, sondern minutenlang weiterlaufen zu lassen. Diese Unart produziert unnötig Lärm, Abgase und Kosten. Der Unternehmer muss hier durch entsprechende Schulung der Fahrer eingreifen.

Auch Organisation und die Durchführung von Omnibusreisen bieten vielerlei Ansatzpunkte für umweltschonendes Verhalten. Das fängt bereits mit der Auswahl der Leistungsträger (Hotels, Restaurants etc.) nach ökologischen Gesichtspunkten an. Es versteht sich zudem von selbst, dass ein Unternehmen Fahrten so plant, dass möglichst wenig Leerfahrten entstehen. In Zeiten des Internets muss auch Papier nicht mehr der Dreh- und Angelpunkt aller Bürotätigkeiten sein.

Im Bus selbst ist es mit überschaubarem Aufwand möglich, Müll zu trennen und Mehrwegflaschen und -geschirr zu verwenden. Die Toiletten der Busse dürfen natürlich nur dort geleert werden, wo dies zulässig ist.

### 1.6.3 Betriebshof und Abfallentsorgung

Wer Omnibusse betreibt, muss diese auch warten und pflegen können. Dafür bedarf es einer technischen Infrastruktur, also beispielsweise eines Betriebshofes. Nur so können Problemabfälle ordnungsgemäß entsorgt werden.

# 2 Personenbeförderungsrecht

## 2.1 Vorschriften, die für alle Verkehrsarten gelten

Tagtäglich verlassen sich Millionen von Fahrgästen darauf, sicher und pünktlich zur Schule, zu ihrem Arbeitsplatz, zum Arzt oder zum Fußballstadion gebracht zu werden. Wer Personen befördert, trägt eine besondere Verantwortung. Deshalb wurde für die gewerbliche Personenbeförderung bereits 1961 ein eigenes Gesetz, das Personenbeförderungsgesetz (PBefG), erlassen.

### 2.1.1 Geltungsbereich

Das Personenbeförderungsgesetz gilt für die **entgeltliche** oder **geschäftsmäßige Personenbeförderung**.

**Entgeltlich** heißt in erster Linie: gegen Bezahlung. Aber auch sonstige wirtschaftliche Vorteile können als Entgelt angesehen werden.

> Wenn beispielsweise ein Busreiseveranstalter seinen Fahrgästen einen kostenlosen Transfer von der Haustür zum Abfahrtsort anbietet, dann muss der Fahrgast diese Transferfahrt zwar nicht bezahlen. Dennoch ist die Fahrt als entgeltlich anzusehen, weil der Reiseveranstalter mit diesem Angebot Kunden gewinnen möchte.

Mit einer **geschäftsmäßigen** Beförderung ist ein andauerndes Verkehrsangebot gemeint. Auf die Gewinnerzielung kommt es dabei nicht an.

Die kostenlose Mitnahme von Personen im Pkw unterliegt dem Personenbeförderungsgesetz nicht. Gleiches gilt für Fahrgemeinschaften, wenn das Entgelt, das die Mitfahrer entrichten, die Betriebskosten nicht übersteigt.

Weitere Ausnahmen gelten für die Beförderung von Kranken, Verletzten oder sonstigen hilfsbedürftigen Personen mit Krankenwagen sowie für den vorübergehenden Einsatz von Omnibussen bei Notständen.

### 2.1.2 Genehmigungspflicht

Um sicherzustellen, dass nur ausgewiesene Fachleute gewerbliche Personenbeförderung betreiben, schreibt der Gesetzgeber eine behördliche Genehmigung vor. Diese erhält nur, wer die im Personenbeförderungsgesetz beschriebenen Voraussetzungen erfüllt.

Nach § 2 Abs. 2 PBefG müssen zudem folgende betriebliche Vorgänge genehmigt werden:

- wenn das Unternehmen erweitert oder wesentlich verändert werden soll;
- wenn (beispielsweise bei einem Verkauf eines Unternehmens) die Rechte und Pflichten einer Genehmigung übertragen werden sollen;
- wenn die Betriebsführung für eine Genehmigung (in der Regel im Linienverkehr) auf einen anderen übertragen werden soll.

Falls bei Notständen oder bei Betriebsstörungen im Schienenverkehr vorübergehend ein **Notverkehr** mit Bussen eingerichtet wird, muss dies zunächst nicht genehmigt werden. Sobald dieser Notverkehr jedoch länger als 72 Stunden dauert, muss der Unternehmer die zuständige Genehmigungsbehörde über Art, Umfang und voraussichtliche Dauer des Buseinsatzes informieren.

Busreiseveranstalter, die keine eigenen Omnibusse einsetzen, brauchen keine Genehmigung. Sie müssen aber ihren Fahrgästen gegenüber eindeutig zum Ausdruck bringen, „*dass die Beförderungen nicht von ihm selbst, sondern von einem bestimmten Unternehmer, der Inhaber einer Genehmigung (…) ist, durchgeführt werden*" (§ 2 Abs. 5a PBefG).

### 2.1.3 Subjektive (persönliche) Genehmigungsvoraussetzungen

Ein Unternehmer erhält eine Genehmigung, wenn folgende Voraussetzungen erfüllt sind:

- Er persönlich sowie sein Unternehmen müssen **finanziell leistungsfähig** sein.
- Der Unternehmer oder der Geschäftsführer des Unternehmens muss **persönlich zuverlässig** sein.
- Der Unternehmer oder der Geschäftsführer des Unternehmens muss nachweisen, dass er über das notwendige fachliche Wissen verfügt (**Fachkunde**).
- Das Unternehmen muss seinen Betriebssitz oder eine Niederlassung im **Inland** haben.

**Finanzielle Leistungsfähigkeit**

Nur wer über die notwendigen Geldmittel verfügt, um jederzeit seine Rechnungen bezahlen zu können (beispielsweise für notwendige Fahrzeugreparaturen), kann ein Omnibusunternehmen auf Dauer sicher führen. Deshalb verlangt der Gesetzgeber den Nachweis, dass das Unternehmen über Eigenkapital und Reserven in Höhe von 9.000 € für das erste und 5.000 € für jedes weitere Fahrzeug verfügt. Auf die Größe und Bauart der Fahrzeuge kommt es dabei nicht an.

Diesen Nachweis kann der Unternehmer durch Bilanzen oder (bei Neugründungen) durch eine Eigenkapitalbescheinigung erbringen. Diese muss allerdings ein Steuerberater testieren (bestätigen).

Notfalls reicht auch der Nachweis sogenannter **Reserven** (zum Beispiel Bürgschaften).

Außerdem muss der Antragsteller belegen, dass er keine Zahlungsrückstände beim Finanzamt, der Gemeinde, den Sozialversicherungen und der Berufsgenossenschaft hat. Dazu muss er sogenannte **Unbedenklichkeitsbescheinigungen** dieser Institutionen vorlegen.

# 5 Marketing

Das Marketing ist eine zentrale Säule der Unternehmensführung. Es geht dabei darum, das Unternehmen auf die Interessen des Marktes auszurichten. Aufgabe des Marketings ist es also Wünsche, Erwartungen oder Bedürfnisse der Kunden zu erkennen und zu bedienen. Dazu bedarf es einer ständigen Marktbeobachtung, um Veränderungen frühzeitig erkennen zu können. Vorlieben und Wünsche der Kunden unterliegen einem konstanten Wandel. Wer sich als Unternehmen rechtzeitig anpasst, verschafft sich einen Wettbewerbsvorteil gegenüber der Konkurrenz.

Erfolgreiches Marketing orientiert sich an Zielen. Es bedarf einer Strategie, die mithilfe verschiedener Werkzeuge (**Marketinginstrumente**) in die Tat umgesetzt wird. Diese Werkzeuge (die „vier P“) sind

- Produktpolitik (**P**roduct),
- Preispolitik (**P**rice),
- Kommunikationspolitik (**P**romotion),
- Distributionspolitik (**P**lace).

## 5.1 Produktpolitik

Die Produktpolitik beschreibt alle Entscheidungen, die die Gestaltung der Produkte beziehungsweise Dienstleistungen des Unternehmens betreffen.

> Im **Omnibusreiseverkehr** geht es um die Gestaltung einer Busreise. Die relevanten Merkmale sind Fahrzeugqualität, Zielgebiete, Unterkunft, Fahrtstrecke, Bordservice etc. Im **Linienverkehr** wird das Produkt mehr durch den Transportprozess beschrieben. Dabei sind Beförderungsdauer, Komfort und Zuverlässigkeit entscheidende Merkmale.

Die wesentlichen Elemente der Produktpolitik sind

- die Eigenschaften des Produkts (Qualität),
- die Ausstattung des Produkts (Design),
- die Ausprägung einer Marke,
- die Einordnung eines Produkts in ein Sortiment sowie
- Service und Dienstleistungen, die mit dem Produkt verbunden sind.

## 5.2 Preispolitik

Im Rahmen der Preispolitik geht es darum, den optimalen Preis für die Produkte und Dienstleistungen eines Unternehmens zu finden. Der optimale Preis ist der Preis, den der Kunde gerade noch bereit ist zu bezahlen. Die wichtigsten Einflussfaktoren für die Bildung des Preises sind die Selbstkosten und der Wettbewerb.

Der Preis hat den Vorteil, dass er ein direkt erkennbares Merkmal des Produkts ist. (Anders als etwa die Qualität, die der Kunde erst hinterher beurteilen kann). Er dient dem Kunden als Orientierungshilfe.

Die Preispolitik bietet viele Gestaltungsmöglichkeiten, wie beispielsweise Saisonpreise im Mietomnibusverkehr oder Rabatte für Firmenkunden.

## 5.3 Kommunikationspolitik

Die entscheidenden Elemente der Kommunikationspolitik sind

- Werbung,
- Verkaufsförderung und persönlicher Verkauf,
- Messen und Veranstaltungen,
- Sponsoring und
- Öffentlichkeitsarbeit (Public Relations).

Die Kommunikationspolitik muss sich auf die Frage ausrichten, wie und warum die Zielkunden eine Kaufentscheidung treffen und wer oder was die Entscheidung positiv oder negativ beeinflussen kann

**Kommunikationswege**