



MAN Lions Coach L w barwach FlixBus

Michał Beim

Liberalizacja rynku dalekobieżnych przewozów autobusowych w Niemczech – od konkurencji do monopolu

JEL: O18. DOI: 10.24136/atest.2019.099.

Data zgłoszenia: 17.12.2018. Data akceptacji: 23.02.2019.

Republika Federalna Niemiec jest jednym z ostatnich państw Unii Europejskiej, które dokonały liberalizacji rynku dalekobieżnych przewozów autobusowych. Od 1935 r. do 2012 r. dostęp do rynku był ściśle reglamentowany. Przewoźnicy autobusowi byli dopuszczani tylko w sytuacji, gdy transport autobusowy nie zagrażał pozycji kolei, a był jedynie jej uzupełnieniem. Z początkiem 2013 r. zniesiono większość ograniczeń, doprowadzając do dynamicznego wzrostu rynku. Autobusy międzymiastowe znacząco zmieniły politykę transportową miast oraz zdynamizowały konkurencję międzygałęziową w segmencie przewozów dalekobieżnych. W miastach niemieckich pojawiły się duże generatory ruchu, a przestrzeń dworców okazała się niewystarczająca. Autobusy dalekobieżne, mimo obostrzeń prawnych, stały się elementem regionalnych systemów transportowych. Nieprzyczyniający do konkurencji narodowy przewoźnik kolejowy Deutsche Bahn został zmuszony do odnalezienia się w nowej pozycji rynkowej – odpowiedzią było zwiększenie puli promocyjnych biletów. Równocześnie na rynku autobusowym rozpoczęły się procesy koncentracji, dominujący podmiot pozyskał ponad 90% rynku. Gwałtowny rozwój rynku wywołał pytania o rozszerzenie na autobusy opłat za korzystanie z autostrad. Z perspektywy sześciu lat liberalizację rynku przewozów autobusowych należy uznać jednak za mającą korzystny wpływ na politykę transportową. Większość pasażerów autobusy pozyskały kosztem indywidualnej motoryzacji, a nie kolei, jak pierwotnie się obawiano.

Słowa kluczowe: autobus długodystansowy, liberalizacja, polityka transportowa, konkurencja międzygałęziowa.

Wprowadzenie

Do 2012 r. w niemieckim transporcie długodystansowym konkurencja międzygałęziowa odbywała się między koleją, indywidualną motoryzacją oraz transportem lotniczym. Dominującą rolę pełniła dotychczas indywidualna motoryzacja, rozwijająca się dzięki budowanej od 1921 r., kiedy powstała podberlińska Automobil-Verkehrs- und Übungsstraße, sieci autostrad. W świetle danych Federalnego Urzędu Statystycznego (Statistisches Bundesamt) na koniec 2017 r. sieć autostrad liczyła 12 996 km. Uzupełnia ją sieć dróg krajowych o łącznej długości 38 069 km, z czego 3 350 km stanowią dwujezdniowe drogi krajowe, zwane potocznie „żółtymi autostradami”. Łącznie na autostradach i drogach krajowych pojazdy mechaniczne wykonały w 2016 r. pracę eksploatacyjną szacowaną na 237,3 mld wozokm, z czego ok. 4/5 przypadła na samochody osobowe. Choć intensywny rozwój sieci drogowej odbierał pasażerów niemieckiej kolei, to zostały zastosowane różne zabezpieczenia prawne, aby choćby w części zabezpieczyć pozycję rynkową. Tym rozwiązaniem były w latach 1935–2012 przepisy ograniczające konkurencję ze strony autobusów dalekobieżnych.

Dla niemieckiego podróznego transport autobusowy właściwie kojarzył się tylko ze skalą lokalną i regionalną. Autobusy dalekobieżne były stosunkowo modne w latach 50. i 60. XX w., kiedy połączenia międzynarodowe do zagranicznych kurortów były obsługiwane przez Deutsche Touring, niemniej znaczenie siatki połączeń międzynarodowych malało wraz z rozwojem motoryzacji oraz lotnictwa pasażerskiego [por. 17]. Ostatecznie spółka zaczęła obsługiwać połączenia zagraniczne w ramach europejskiej sieci Eurolines. Z tych autobusów zazwyczaj korzystali obcokra-

jowcy pracujący w Niemczech lub odwiedzający swoje rodziny. W okresie podziału Niemiec autobusy dalekobieżne łączyły też główne ośrodki RFN (Hamburg, Zagłębie Ruhry, Bonn, Frankfurt nad Menem i Monachium) z Berlinem Zachodnim. Po zjednoczeniu sieć historycznych pozostała.

Przez cały okres powojenny na skraju debaty publicznej pojawiła się dyskusja o dopuszczeniu konkurencji ze strony dalekobieżnych autobusów w ruchu krajowym, jednak nie traktowano autobusów w kategorii realnej alternatywy w stosunku do dobrze rozbudowanej sieci kolejowej. Dyskusja bardziej dotyczyła swobody działalności gospodarczej. Opinia publiczna mogła zobaczyć realne możliwości transportu autobusowego wiosną 2010 r. na podstawie doniesień z Francji, kiedy uziemiająca transport lotniczy erupcja wulkanu Eyjafjallajökull zbiegła się ze strajkiem kolejarzy SNCF. Pochopnie organizowany transport autobusowy pokazał wówczas swoje możliwości, a zwłaszcza elastyczność przewozów i niezależność od lobby związkowego. Nagłośnieniu francuskiego przykładu pomagały odbywające się w 2010 r. strajki niemieckich maszynistów, organizowane przez Związek Zawodowy Niemieckich Maszynistów (Gewerkschaft Deutscher Lokomotivführer). Niemniej nie te argumenty były decydujące dla zmiany prawa.

Na rynku kolejowym Deutsche Bahn sprawowała realny monopol. Konkurenci obsługiwali tylko kilka, głównie mniej istotnych, tras. Znikome znaczenie autobusów dalekobieżnych miało też odzwierciedlenie w planowaniu systemów transportowych miast. Dworce autobusowe, za wyjątkiem największych miast, były dedykowane komunikacji regionalnej. Liberalizacja segmentu długodystansowych przewozów autokarowych z początkiem 2013 r. była więc wyzwaniem, na które musiała się przygotować kolej, a także lokalne samorządy. Pod względem naukowym szczególnie interesująca jest dynamika przemian zachodzących na rynku przewozów autobusowych. W ciągu 2,5 roku rynek konkurencyjny stał się faktycznym monopolem FlixBus.

Metodyka badań

W związku z faktem, iż zliberalizowany rynek dalekobieżnych przewozów autokarowych w Niemczech funkcjonuje tylko pół dekady, literatura przedmiotu skupia się głównie na opisie uwarunkowań politycznych czy prawnych [por. 4, 7], analizach dynamiki rynku oraz wpływu na konkurencję międzygałęziową [por. 1, 2, 9, 18] oraz prognozowaniu przyszłego rozwoju [por. 5, 10]. Obserwacje rynku prowadzone są przez 3 zasadnicze grupy podmiotów: organizacje branżowe, wyspecjalizowane podmioty doradcze oraz przedsiębiorców działających na rynku, przy czym jedynie podmioty pośredniczące w sprzedaży biletów są skłonne udostępnić część statystyk.

Głównymi organizacjami branżowymi zaangażowanymi, których dane wykorzystywano przy niniejszej publikacji, są: Federalny Związek Niemieckich Przedsiębiorstw Autobusowych (Bundesverband Deutscher Omnibusunternehmer) oraz Związek Niemieckich Przedsiębiorstw Transportowych (Verband Deutscher Verkehrsunternehmen). Należy nadmienić, iż od 2013 r. co roku analizy rynkowe na rzecz ministerstwa infrastruktury sporządza Federalny Urząd Transportu Towarowego (Bundesamt für Güterverkehr), będący de facto inspekcją transportu drogowego.

Wśród jednostek badawczych prym w analizach rynku dalekobieżnych połączeń autobusowych wiodą 2 prywatne jednostki – Instytut Badań Zdrowotnych i Społecznych (IGES – Institut für Gesundheits- und Sozialforschung), inicjatywa Simplex Mobility – oraz 2 publiczne: Niemieckie Centrum dla Lotnictwa i Astro-

nautyki (Deutsche Zentrum für Luft- und Raumfahrt) i Centrum Badań nad Europejską Gospodarką (Zentrums für Europäische Wirtschaftsforschung).

Portale pośredniczące w sprzedaży biletów lub wyszukiwaniu połączeń, które udostępniają analizy lub komentarze rynkowe, to przede wszystkim: CheckMyBus.de, Fernbusse.de, Fernbus24.de, Fernbus-Bewertung.de, FahrkartenFuchs.de, fernbus-vergleich.biz. Natomiast portale branżowe to przede wszystkim omnibus.news, busnetz.de, busundbahn.de.

W przygotowaniu publikacji wykorzystana była również statystyka publiczna prowadzona przez Federalny Urząd Statystyczny w Wiesbaden. Nie oddaje ona jednak całej złożoności rynku przewozów dalekobieżnych, gdyż część podmiotów w pierwszym okresie działalności zwolniona jest z części obowiązków w zakresie raportowania. W efekcie liczby odnośnie do podróży autokarowych publikowane przez urząd są znacząco mniejsze niż statystyki udostępniane przez podmioty działające na rynku.

Niniejsza publikacja powstała, bazując na literaturze przedmiotu, dokumentach źródłowych oraz na podstawie udostępnianych danych. Wskazówkami dla analiz były też artykuły ukazujące się na łamach prasy codziennej lub branżowej, a także oficjalne komunikaty prasowe. Bardzo cenne były również osobiste spotkania Autora z przedstawicielami graczy rynkowych oraz organów publicznych zajmujących się transportem. Miały one miejsce głównie w czasie rozmów kulturalnych podczas konferencji transportowych.

Struktura transportu długodystansowego w Niemczech

W transporcie wewnątrz Niemiec dominuje motoryzacja indywidualna. W świetle statystyki publicznej w 2016 r. aż 79,9% całej pracy przewozowej w ruchu pasażerskim wykonywały samochody. Na transport publiczny przypadało pozostałe 20,1% udziałów (statystyka nie uwzględnia ruchu pieszego i rowerowego). Dominującą rolę w transporcie publicznym pełniła kolej (7,9% ogółu pracy przewozowej). Na transport drogowy, wraz z szynowym transportem miejskim, przypadało 6,8%, a na lotnictwo 0,3%. Udział autobusów dalekobieżnych w łącznej pracy przewozowej w Niemczech można szacować więc na ok. 0,6% (tj. 7,6 mld paskm z 1 208 mld paskm ogółem).

W strukturze publicznego transportu dalekobieżnego wewnątrz Niemiec liberalizacja rynku autobusowego doprowadziła do wzrostu udziałów z nieco ponad 1% w latach poprzedzających, do ponad 9% w latach 2015–2017 (por. tab. 1). Głównym konkurentem autobusów pozostaje kolej dalekobieżna. W 2017 r. przypadało na nią 77,8%, a na autobusy 9,1%. Autobusy były również wyprzedzane przez wewnątrz krajowy ruch lotniczy (13,1%).

Analiza danych pozwala zauważyć, iż otwarcie rynku połączeń dalekobieżnych na transport drogowy nie wpłynęło negatywnie na liczbę podróży. W pierwszym roku liberalizacji liczba podróży koleją spadła o 0,4 mln, czyli o 0,3%. Rok później od kolei odeszło 1,9 mln pasażerów (1,5%), aby w 2015 r. odrobić stratę, przyczyniając się do dynamicznego wzrostu w 2016 i 2017 r.

Jedną z hipotez przed liberalizacją rynku było założenie, iż Deutsche Bahn odpowie stworzeniem taniej oferty na bazie wolniejszych pociągów klasy InterCity lub EuroCity. W rzeczywistości postawiono na wypromowanie najszybszych i najbardziej luksusowych pociągów ICE, przez co ich udział w ofercie Deutsche Bahn zwiększył się do 61,0% w 2017 r. (z 58,3% w ostatnim roku przed liberalizacją). Dane potwierdziły więc, iż argumenty ustawodawcy, aby chronić kolej, ograniczając konkurencję auto-

Tab. 1. Liczba pasażerów dalekobieżnego transportu pasażerskiego w Niemczech [w mln osób]

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Koleje dużych prędkości ICE	63,7	66,8	69,5	70,5	74,7	73,2	77,8	76,1	76,6	78,8	78,0	79,5	83,4	86,7
Pociągi IC, EC	53,3	54,3	54,5	52,1	53,0	54,3	52,2	53,1	50,0	47,9	47,4	49,2	52,2	53,2
Pozostałe koleje dalekobieżne (m.in. CNL) grupy DB	6,5	6,8	5,9	5,8	5,4	5,0	4,8	5,1	4,7	4,2	3,6	3,2	3,4	2,3
Autobusy dalekobieżne	8,2	6,3	2,7	2,8	2,8	2,7	2,8	2,8	3,0	8,2	15,9	23,8	25,3	25,4
– w tym ruch krajowy	6,6	5,0	1,7	1,8	1,7	1,7	1,9	1,9	2,1	6,6	11,9	16,0	16,6	16,6
– w tym ruch międzynarodowy	1,6	1,3	1,0	1,0	1,1	1,0	0,9	0,9	0,9	1,6	4,0	7,8	8,7	8,8
Samoloty – ruch lotniczy wewnątrz Niemiec	21,8	22,4	22,8	24,3	24,8	24,8	24,5	24,4	23,5	22,6	22,7	23,1	23,7	24,0
Suma	151,9	155,3	154,4	154,5	159,6	159,0	161,2	160,6	156,9	160,1	163,6	171,0	179,3	182,8

Źródło: oprac. własne na podst. danych Federalnego Urzędu Statystycznego oraz Deutsche Bahn.

busową, były błędne. Co więcej, rozwój połączeń autobusowych wpłynął pozytywnie na cały rynek dalekobieżnego transportu publicznego, walnie zwiększając liczbę podróżnych (o 16,5% w latach 2012–2017).

Niemiecki rynek dalekobieżnych przewozów autobusowych na tle Europy

Van de Velde [por. 19] podzielił rynek dalekobieżnych połączeń autobusowych na 4 zasadnicze kategorie (por. tab. 2). 2 pierwsze kategorie cechują się tym, iż inicjatywa na rzecz tworzenia nowych połączeń wychodzi od administracji publicznej i jest regulowana bezpośrednio przez sektor publiczny (powierzenie bezpośrednie usług lub przetarg na świadczenie usług), jak miało to miejsce we Francji, albo jest regulowane przez system koncesji (np. Hiszpania). W drugiej grupie państw znalazły się kraje, w których inicjatywa w zakresie tworzenia nowej oferty wychodzi ze strony rynku, przy czym potencjalny przewoźnik może działać na rynku silnie regulowanym lub praktycznie zderegulowanym.

Van de Velde nadmienia, iż rynki zderegulowane posiadają różną dynamikę. O ile w Wielkiej Brytanii konkurencja jest bardzo duża, o tyle we Włoszech można mówić o rynku powoli wschodzącym. Wynika to z szeregu uwarunkowań. W Wielkiej Brytanii stymulatorem transportu autobusowego są wysokie ceny biletów kolejowych i rozbudowana sieć dróg szybkiego ruchu. We Włoszech najistotniejszymi czynnikami są specyficzny układ geograficzny państwa, który powoduje znaczącą przewagę konkurencyjną transportu kolejowego i lotniczego, a także dobrze rozbudowana infrastruktura kolei dużych prędkości na najbardziej popularnych trasach. Dynamika rozwoju rynków przewozów autobusowych jest o tyle istotna, że często zagrożenie pozycji kolei powoduje działania polityków na rzecz ograniczenia konkurencji.

Do podobnych wniosków odnośnie do dynamiki włoskiego rynku dochodzą też Grimaldi et al. [7], zaznaczając jednak, iż proces liberalizacji następował powoli w latach 2007–2013 i nie było takiego impulsu rozwojowego jak w Niemczech, w których otwarcie rynku nastąpiło gwałtownie.

Rynek przewozów autokarowych w Niemczech sprzed 2013 r. został zaliczony do grupy trzeciej, w której inicjatywa wychodziła z rynku, napotykać jednak silne regulacje. Obecny rynek należałoby, przyjmując metodykę van de Velde, zaliczyć do czwartej grupy: inicjatywa przewoźników nienapotykać istotnych regulacji. W świetle tej publikacji należałoby przyjąć, iż dynamika niemieckiego rynku autobusowego jest silna, zbliżona do sytuacji z Wielkiej Brytanii.

Historia rozwoju dalekobieżnych połączeń autobusowych w Niemczech

Początki dalekobieżnej komunikacji autobusowej w Niemczech datuje się na pierwszą dekadę XX w.; związane są one przede wszystkim z zapewnieniem dojazdów z większych miast w ciekawsze przyrodniczo i turystycznie obszary, do których nie docierała kolej. W świetle dzisiejszych kryteriów byłyby to połączenia aglomeracyjne i regionalne. Dopiero rozwój techniki zaczął sprzyjać tworzeniu pierwszych połączeń międzymiastowych na przełomie drugiej i trzeciej dekady. Przewoźnikami dalekobieżnymi były przede wszystkim liczne podmioty prywatne, w transporcie regionalnym dominowała poczta z marką autobusów „Kraftpost”, rozwijana od 1904 r., zapewniających również dostarczanie i odbiór przesyłek pocztowych. Na początku lat 30. XX w. sieć wszystkich połączeń autobusowych w Republice Weimarskiej była ok. 2,5 razy dłuższa niż kolejowych. Wówczas pierwszy raz transport autobusowy zaczął być postrzegany jako konkurencja dla kolei i pojawiły się próby administracyjnego uregulowania sektora [12].

Pierwsze ograniczenia w rozwoju dalekobieżnych połączeń autobusowych wprowadzone zostały w Trzeciej Rzeszy, w momencie, gdy ta forma transportu powoli zaczynała zyskiwać na znaczeniu. 4 grudnia 1934 r. przyjęto ustawę o przewozie osób w transporcie lądowym (*Gesetz über die Beförderung von Personen zu Lande*), obowiązującą od 1 kwietnia 1935 r. Zakazywała ona wydawania pozwoleń na funkcjonowanie linii autobusowych w sytuacji, gdy proponowane połączenie mogłoby przejąć pasażerów istniejącej linii autobusowej lub kolei. Dopuszczała ona

Tab. 2. Modele funkcjonowania rynku dalekobieżnych przewozów autobusowych w UE w 2009 r.

Inicjatywa ze strony administracji publicznej		Inicjatywa ze strony rynku	
Sektor publiczny	System koncesji	Regulowany	Zderegulowany
* Francja (do 2015 r.): monopol SNCF w połączeniach dalekobieżnych, brak dalekobieżnych autobusów, przetargi na przewozy autokarowe regionalne i lokalne	* Hiszpania: koncesje na wyłączność dla wybranych w przetargach przewoźników, zarówno na poziomie lokalnym jak i regionalnym	* Niemcy (do 2012 r.): teoretycznie przepisy zezwalały na udział w rynku, jednakże zadanie było prawie niemożliwe ze względu na ochronę monopolu kolei	* Wielka Brytania: pełna liberalizacja * Polska: pełna liberalizacja, choć dość duży udział mają publiczne podmioty (d. PKS) * Szwecja: liberalizacja z ochroną rynku przewozów wewnątrz związków komunikacyjnych * Norwegia: wolny rynek z ograniczoną ingerencją organizatorów transportu regionalnego, bez ochrony kolei * Włochy: liberalizacja, ale ciągle w początkowej fazie

Źródło: oprac. własne na podst. van de Velde 2009, s. 279.



Setra S 516 HD Eurolines-Business Class

przydzielenie pozwoleń w sytuacji, gdyby linia autobusowa przyczyniła się do znaczącej poprawy warunków przemieszczania się (np. poprzez znaczące skrócenie czasu). Przepisy w tym zakresie obowiązywały również po II wojnie światowej. Wprawdzie w dniu 21 marca 1961 r. została przyjęta nowa ustawa o przewozie osób (*Personenbeförderungsgesetz*), ale postanowienia ustawy z 1934 r. co do zasady zostały utrzymane.

Zarówno przed II wojną światową, jak i po niej, intencją prawodawców była przede wszystkim ochrona kolei. W latach 30. XX w. był to też argument za większym zaangażowaniem Niemieckich Kolei Rzeszy (*Deutsche Reichsbahn*) w projekt budowy autostrad – miał gwarantować, że sieć drogową nie będzie sprzyjać powstawaniu konkurencyjnego środka transportu publicznego wobec kolei. Dyrektor generalny kolei Julius Dorpmüller był równocześnie prezesem zarządu spółki-córki kolei – Autostrad Rzeszy (*Reichsautobahnen*). Paradoksalnie nowe prawo przyjęte rok po tym, jak narodowosocjalistyczny rząd, chcąc zwiększyć propagandowy efekt nowo otwieranych autostrad, nakazał *Deutsche Reichsbahn* uruchamianie szybkich, międzymiastowych połączeń autobusowych, np. Frankfurt nad Menem–Mannheim [8].

Po II wojnie światowej dalekobieżny transport autobusowy na terenach Niemiec występował właściwie w połączeniach Berlina Zachodniego z RFN. Ustanowione były 4 zasadnicze korytarze – w stronę Hamburga, w stronę Hanoweru i Zagłębia Ruhry, w stronę Frankfurtu nad Menem i w stronę Norymbergii i Monachium. Na tych trasach funkcjonowały dalekobieżne autobusy uruchamiane głównie przez Niemiecką Kolej Federalną (*Deutsche Bundesbahn*), Niemiecką Poczta Federalną (*Deutsche Bundespost*) i spółkę *Deutsche Touring*. Stanowiły one ważny element transportu publicznego (nie tylko uzupełniający ofertę kolei), gdyż zachodniobierlińskie lotniska były niedostępne dla *Lufthansy*, a tylko dla narodowych przewoźników 3 okupujących mocarstw. Ponadto w RFN funkcjonowały połączenia dalekobieżne obsługiwane przez *Deutsche Touring* w ramach sieci *Eurolines*.

W Niemieckiej Republice Demokratycznej autobusy zapewniały transport regionalny, tylko w znikomym stopniu mając charakter oferty dalekobieżnej. Wynikało to z założeń organizacji gospo-

darki centralnie planowanej. Połączenia dalekobieżne obsługiwane były przez kolej.

Zjednoczenie Niemiec w 1990 r. było *de iure* przystąpieniem NRD oraz Berlina Zachodniego do RFN i oznaczało przyjęcie zachodniemieckich przepisów, w tym dotyczących regulacji rynku dalekobieżnych linii autobusowych. Dotychczasowa siatka połączeń z Berlinem nie była jednak kwestionowana. W obliczu rozwoju oferty kolejowej i lotniczej oraz swobody przemieszczania się samochodem jej znaczenie i popularność spadły.

Droga do liberalizacji przepisów

Pierwszy spór prawny o liberalizację rynku przewozów dalekobieżnych wytoczyła spółka *Deutsche Touring* w 2005 r. Przewoźnik dotychczas działał na rynku przewozów międzynarodowych (od 1989 r. w ramach zrzeszenia *Eurolines*). Głównym udziałowcem spółki do 2005 r. była spółka zależna *Deutsche Bahn – DB Fernverkehr*. Udziały zostały zbyte na rzecz konsorcjum hiszpańskich przewoźników autobusowych. Umożliwiło to podjęcie batalii prawnej, aby móc wykorzystać doświadczenie zdobyte na rynkach

międzynarodowych w przewozach krajowych. Spółka w 2005 r. wprowadziła połączenia autobusowe między Frankfurt nad Menem a Kolonią i Dortmund. Dawny większościowy właściciel natychmiast wystąpił z pozwem. Spór sądowy trwał pół dekady.

Zgodę na wykonywanie usług przewozowych wydały władze kraju związkowego Hesji, argumentując, iż planowana przez przewoźnika oferta jest „znaczącą poprawą oferty przewozowej”, gdyż jest tańsza niż oferta kolei, nawet przy uwzględnieniu kart rabatowych (*BahnCard*). Decyzja stanowiła ważną interpretację ustawy o przewozie osób (*Personenbeförderungsgesetz*, *PBefG*). Atrakcyjna cena biletów autobusowych, zdaniem władz Hesji, stanowiła „znaczącą poprawę” w porównaniu do oferty kolei, którą wymieniał ustawodawca, dopuszczając w drodze wyjątku tworzenie dalekobieżnych linii autobusowych. Wcześniejsze decyzje administracji publicznej wykluczały argument cenowy jako czynnik poprawy, stąd ta interpretacja stała się podstawą wniosku *Deutsche Bahn* do zaskarżenia decyzji administracyjnej.

Batalię ostatecznie rozstrzygnął w czerwcu 2010 r. Federalny Sąd Administracyjny. W sentencji wyroku stwierdził, iż prywatni przewoźnicy autobusowi będą mogli oferować połączenia dalekobieżne, jeśli są w stanie zaoferować „stawki znacząco niższe niż *Deutsche Bahn*”. Wyrok przełożył się na wzrost zainteresowania rynkiem przewozów dalekobieżnych, gdyż otwierał dostęp przewoźnikom autobusowym do najbardziej lukratywnych tras. Był też impulsem dla szerokiej dyskusji publicznej o liberalizacji rynku [por. 4].

Na „znaczącą poprawę oferty przewozowej” powoływał się też działający głównie w Środkowych Niemczech *AutobahnExpress*. Przewoźnik uzyskał koncesje na 3 linie (Poczdami–Targi w Lipsku, Lotnisko w Dreźnie–Lotnisko Lipsk/Halle, Getynga–Halle). Niebieskie autobusy, których barwa nawiązywała do znaku autostrady, kursowały jednak tylko niespełna 4 lata, nie uzyskując rentowności.

Ciekawszymi sposobami wejścia na rynek podjęła, założona przez grupę studentów w 2009 r., spółka *Yourbus GmbH*, funkcjonująca obecnie jako *DeinBus.DE*. Na koniec 2009 r. uruchomiła ona pierwszy autobus dalekobieżny, kursujący nie jako połączenie regularne, ale jako swoisty rodzaj *carpoolingu*. Pasażerowie

de iure nie kupowali biletów, ale umawiali się przez Internet na wspólną podróż, dzieląc się kosztami. Warunkiem koniecznym było znalezienie minimum 30 chętnych.

Deutsche Bahn wystąpiła z pozwem przeciwko DeinBus.DE, że nielegalnie dąży do oferowania usług regularnych, proponując zbieranie się w określone dni i godziny odjazdu na określonych trasach. Wyrok Sąd Kraju Związkowego Hesji był dla Deutsche Bahn niekorzystny, a pozew w 2011 r. ze względów formalnych został oddalony. Dużo gorsze dla kolei konsekwencje miał wydzźwięk społeczny i polityczny procesu. W celu sfinansowania kosztów procesu sądowego DeinBus.DE rozpoczął kampanię zbierania funduszy. Równocześnie przygotował petycję przeciwko monopolowi Deutsche Bahn w zakresie połączeń długodystansowych i bardzo szybko uzyskał ponad 7 500 podpisów. Co więcej, postulat ten poparli też liczni politycy. W efekcie rozpoczęła przez sprawę sporu z Deutsche Touring debata o liberalizacji rynku znalazła w sporze z DeinBus.DE zakończenie polityczne, prowadzące do zmian legislacyjnych, które parlament uchwalił w 2012 r.

Uwarunkowania prawne po liberalizacji rynku

Liberalizacja weszła w życie wraz z początkiem 2013 r. Najważniejszą zmianą PBefG są nowa definicja dalekobieżnych połączeń autobusowych i wynikające z niej ograniczenia odnośnie do bliskości przystanków. Znowelizowana ustawa definiuje autobusowy dalekobieżny ruch pasażerski jako przemieszczanie się przy wykorzystaniu pojazdów samochodowych, które nie należą do środków lokalnego transportu publicznego ani do specjalnych usług regularnych (np. autobusy szkolne, autobusy pracownicze). Ruch dalekobieżny musi odbywać się w sposób regularny.

Podkreślono, iż lokalny i regionalny transport zbiorowy służy ma zaspokojeniu potrzeb osób za pomocą połączeń tramwajowych, trolejbusowych i autobusów linowych, które są przede wszystkim dedykowane do połączeń miejskich, podmiejskich i regionalnych. W związku z tym autobusy dalekobieżne nie mogą mieć mniejszych odległości pomiędzy 2 przystankami niż 50 km, a gdy czas przejazdu koleją pomiędzy tymi miastami jest krótszy niż 1 godzinę. Nowe prawo jednak dopuszcza odstępstwa od tej zasady: gdy oferta kolei regionalnych jest niewystarczająca lub gdy oferta dalekobieżna nie wpłynie znacząco negatywnie na funkcjonowanie lokalnego lub regionalnego transportu publicznego.

W konsekwencji niemieckie przepisy doprowadziły do pełnej liberalizacji rynku, jedynie częściowo chroniąc rynek regionalnego transportu publicznego. Ze względu na zasięg związków taryfowych oraz działania organizatorów regionalnego publicznego transportu zbiorowego [por. 3, 15] kryterium 50 km nie wyklucza w praktyce częściowego uczestnictwa autobusów dalekobieżnych w rynkach przewozów regionalnych.

Towarzyszące uwarunkowania prawne

Należy podkreślić, że rozwojowi komunikacji autobusowej w Niemczech sprzyjają przepisy odnośnie do myta za korzystanie z dróg krajowych i autostrad. W odróżnieniu do samochodów ciężarowych o masie powyżej 12 t, od autobusów nie są pobierane opłaty. Po części wynika to z faktu, iż myto zostało wprowadzone z początkiem 2005 r., kiedy transport autobusowy nie był postrzegany jako konkurencja dla kolei. Choć w debacie politycznej nie jest podnoszone wprowadzenie myta dla autobusów (ma to mieć miejsce jedynie w ramach kompleksowych rozwiązań odpłatności za korzystanie z dróg, obejmujących również

samochody osobowe), zreszta przewoźników autobusowych podkreślają nierówne uwarunkowania opłat w dostępie do tras kolei i autobusów. Mitusch i Gipp [14] dowodzą, że kolej pokrywa 25% kosztów dostępu do trasy, a autobusy dalekobieżne aż 130% kosztów korzystania z dróg. Dzieje się to poprzez podatki w paliwie. Ponadto sektor autobusowy poprzez podatek od olejów mineralnych wspiera finansowanie kolei regionalnej.

Ważna dla sektora przewozów autobusowych była również uchwalona w 2016 r. zmiana ustawy o homologacji pojazdów (*Straßenverkehrs-Zulassungs-Ordnung*, StVZO), zwiększająca dopuszczalną masę całkowitą autobusów dwuosioowych z 18,0 t do 19,5 t. Zdaniem branży otworzyło to możliwość zastosowania bardziej efektywnych ekonomicznie autobusów.

Uwarunkowania polityczne rynku autobusowego w Niemczech

Omawiając prawne uwarunkowania liberalizacji i funkcjonowania, konieczne jest przybliżenie tła politycznego, które walnie przekłada się na legislację. Kluczowym dokumentem w RFN regulującym działania większości parlamentarnej i wyłanianych przez nią rządów jest umowa koalicyjna. Nie jest ona wprawdzie aktem prawa, jednak tradycja sporządzania umów sięga 1961 r. Zawierają one nie tylko średnio- i długookresowe zasady funkcjonowania koalicji, ale przede wszystkim założenia programu rządu.

Tematyka liberalizacji rynku dalekobieżnych przewozów autobusowych pojawiła się w umowie koalicyjnej z dnia 26 października 2009 r. (pt. *Wzrost. Edukacja. Spójność*) między partiami chadeckimi (CDU/CSU) a partią liberalną (FDP), której szczególnie zależało na deregulacji gospodarki. Koalicjanci uznali lokalny i regionalny transport publiczny jako nieodzowny element usług użyteczności publicznej. W celu stworzenia wiarygodnych warunków funkcjonowania i rozwoju przyjęto podjęcie natychmiastowych działań na rzecz zmian przepisów regulujących transport pasażerski, dostosowując je również do europejskich ram prawnych. W sformułowanej wizji systemu transportu publicznego szczególny nacisk położono na rozwój przedsiębiorczości i konkurencyjności, zapewniając pierwszeństwo transportu komercyjnego, a interwencję publiczną przewidując dopiero w sytuacji, gdy rynek nie funkcjonuje. Koalicjanci zadeklarowali otwarcie branży dla małych i średnich przedsiębiorstw, w szczególności w branży autobusowej i autokarowej. Sygnatariusze umowy koalicyjnej podkreślili konieczność osiągnięcia większej przejrzystości w finansowaniu transportu publicznego, w szczególności regionalnego transportu kolejowego. Na koniec wprost zadeklarowano konieczność zmiany PBefG celem liberalizacji rynku dalekobieżnych przewozów autobusowych. Umowa między CDU/CSU a FDP ponadto postanawiała ustanowienie niezależnego, kompleksowego organu arbitrażowego dla organizatorów transportu publicznego (autobusowego, kolejowego, lotniczego i dla żegluga), który miałby umocowanie w przepisach prawa.

Podczas kolejnej kadencji parlamentu partie chadeckie zawarły umowę z socjaldemokratami (SPD). Umowa koalicyjna z 27 listopada 2013 r. (pt. *Rozwijanie przyszłości Niemiec*) zupełnie inaczej definiowała zagadnienie rynku dalekobieżnych połączeń autobusowych. Koalicjanci zwrócili szczególną uwagę na rozwój rynku autobusów dalekobieżnych w zakresie wpływu na transport kolejowy, przestrzeganie norm pracy i standardów socjalnych oraz zasad bezpieczeństwa. Z pomocą inspekcji transportu drogowego (*Bundesamtes für Güterverkehr*) obiecano zapewnienie odpowiedniej liczby kontroli, a przy współpracy z krajami związkowymi obiecano pracę nad jednolitą praktyką zatwierdzania tras

dalekobieźnych. Ostatnią deklaracją była obietnica stworzenia podręcznika dotyczącego dostępności osób niepełnosprawnych do transportu publicznego.

Odnowiona w 2018 r. koalicja chadecji i socjaldemokracji (dokument z dnia 7 lutego 2018 r. pt. *Nowy przełom dla Europy. Nowa dynamika dla Niemiec. Nowa spójność dla naszego kraju*) zupełnie pomija kwestię rynku dalekobieźnych przewozów autobusowych, skupiając się jedynie na zagadnieniu ograniczania emisji zanieczyszczeń z pojazdów wykorzystywanych gospodarczo, w tym autobusów, a także na rozwoju elektromobilności.

Analiza umów koalicyjnych pozwala stwierdzić, iż po pierwszych 5 latach od liberalizacji rynku transport autobusowy przestał budzić kontrowersje, stając się trwałym elementem pejzażu transportowego Niemiec.

Aktorzy na rynku dalekobieźnych połączeń autobusowych

Liberalizacja rynku dalekobieźnych połączeń autokarowych otworzyła szansę dla bardzo wielu podmiotów. Bardzo wiele przedsiębiorstw próbowało swoich sił, jednak na rynku pozostali nieliczni. Zestawienie największych graczy w latach 2012–2017 prezentuje tab. 2.

Zasadniczo największe szanse na zdominowanie rynku miał koncern Deutsche Bahn, który jeszcze przed liberalizacją obsługiwał największy fragment rynku autobusowego. Działo się to za sprawą 2 dużych przedsiębiorstw Bayern Express & P. Kühn Berlin (BEX) i Berlin Linien Bus (BLB). Pierwsza spółka była w całości własnością państwowych kolei, za pośrednictwem dywizji kolei dalekobieźnych (DB Fernverkehr), druga w 65%. Do tego na

rynku istniały spółki autobusowe podporządkowane dywizji kolei regionalnych (DB Regio), np. Autokraft z Kilonii, które również świadczyły usługi na trasach dalekobieźnych, łącząc macierzysty region z wybranymi największymi miastami. Część autokarów powyższych spółek, jak i spółek zewnętrznych (np. Student Agency), funkcjonowało pod marką IC Bus. Co więcej, sprzedaż biletów na połączenia IC Bus odbywała się poprzez kolejowe kanały sprzedaży: kasy, automaty biletowe, stronę bahn.de, umożliwiając zakup w atrakcyjnej, globalnej cenie intermodalnej oferty kolejowo-autobusowej. Koncern podjął jednak decyzję, aby na rynku, w ramach dywizji kolei dalekobieźnych, pozostawić tylko markę IC Bus, dopuszczając istnienie autobusów dalekobieźnych najsilniejszych marek, dywizji kolei regionalnych, np. UBB Fernbus.

Drugą grupę stanowiły prywatne inicjatywy, które jeszcze przed liberalizacją szukały nisz rynkowych. Były to m.in. AutobahnExpress, DeinBus.DE czy Sprint-Bus. Mimo dużej rozpoznawalności marek, które stanowiły symbol walki o rynek, ta grupa przedsiębiorców – za wyjątkiem DeinBus.DE – nie utrzymała się na rynku.

Trzecią grupą był udział zagranicznych koncernów specjalizujących się w branży. Jako pierwszy sił na zliberalizowanym rynku spróbował brytyjski koncern National Express, który w Niemczech świadczy usługi transportu lokalnego i regionalnego, zarówno autobusowe, jak i kolejowe. Autobusy pod marką City2City funkcjonowały na rynku tylko 1,5 roku. Przez podobny okres na rynku niemieckim utrzymała się globalna marka megabus.com, należąca do Stagecoach Group. Mniej szczęścia miały państwowe koleje austriackie ÖBB, których marka Hellö dzia-

Tab. 3. Najbardziej popularne marki na rynku dalekobieźnych połączeń autobusowych w Niemczech w latach 2012–2017

Marka	Operator lub główni udziałowcy	Okres działalności
ADAC Postbus (następnie Postbus)	Deutsche Post AG i ADAC po 50%, od listopada 2014 wyłącznie poczta	październik 2013–listopad 2016
ALDI Reisen	Univers Reisen GmbH (przedsiębiorstwo rodzinne), ALDI udostępniło kanały sprzedaży i markę.	kwiecień 2013–luty 2014
AutoBahnExpress	Osoby fizyczne (Constantin Pitzen)	wrzesień 2009–marzec 2012
Bayern Express & P. Kühn Berlin (BEX)	DB Fernverkehr AG	od 1937, wznowienie w 1947, autobusy dalekobieźne do końca 2016 r.
Berlin Linien Bus (BLB)	Bayern Express & P. Kühn Berlin (65%) i Haru Reisen (35%) do 2015 r., później przejęcie przez Bayern Express & P. Kühn Berlin (DB Fernverkehr AG)	od 1947–październik 2016
City2City	National Express Germany GmbH	kwiecień 2013–październik 2014
DeinBus.DE	DeinBus.DE GmbH (start-up osób fizycznych), w listopadzie 2014 r. postępowanie upadłościowe, od grudnia 2014 r. z nowym inwestorem	od listopada 2009 (jako <i>carpooling</i>), od liberalizacji, jako przewoźnik autobusowy
Eurolines Germany	Deutsche Touring GmbH (konsorcjum hiszpańskich i portugalskich przedsiębiorstw autobusowych oraz Europäische Reiseversicherung AG), marzec 2017 r. postępowanie upadłościowe, od sierpnia 2017 r. z inwestorem CROATIA BUS d.o.o. (Globtour Medugorje Group)	od stycznia 2011 (pierwsza próba w 2005 spowodowała spór prawny trwający do 2010)
FlixBus	FlixBus GmbH (osoby fizyczne – trzech założycieli 33%, fundusz General Atlantic – 33%, Holtzbrinck Ventures – 10%, Daimler Mobility Services – 5%, i in., w tym UnternehmerTUM	od lutego 2013
HELLÖ	ÖBB-Personenverkehr AG (90%) i ÖBB-Postbus GmbH (10 %)	czerwiec 2016–maj 2017
IC Bus	DB Fernverkehr AG	od grudnia 2009
Innliner	Osoby fizyczne (Thomas Stemmler)	wrzesień 2014–maj 2015
Megabus.com	Stagecoach Group	od grudnia 2014
MeinFernBus	MFB MeinFernbus (osoby fizyczne – założyciele, inwestorzy finansowi)	kwiecień 2012–marzec 2016 r. (do fuzji z FlixBusem)
OneBus.de	CS Reisen GmbH (osoby fizyczne)	grudzień 2013–sierpień 2016
Sprint-Bus	Omnibusbetrieb Fa. Uwe Kriescher GmbH (przedsiębiorstwo rodzinne)	2006–2007: weekendowe połączenia, zablokowane przez pozew DB; wznowienie: maj 2012–luty 2015
Student Agency	Osoby fizyczne (Radim Jančura)	od stycznia 2016
UBB Fernbus	Deutsche Bahn AG	od lutego 2014

Źródło: oprac. własne na podst. rejestrów przedsiębiorców i informacji prasowych.

łała przez rok, przy czym już po pół roku działalności podjęto decyzję o zbyciu przedsiębiorstwa. Hellö, jak i megabus.com, zostały nabyte przez FlixBusa. Na rynku został tylko czeski przewoźnik Student Agency, który pod własną marką świadczy usługi głównie na trasach łączących największe miasta Niemiec z Czechami. Do tej grupy należy zaliczyć również spółkę Deutsche Touring, świadczącą usługi połączeń międzynarodowych pod marką Eurolines. Spółka należąca do konsorcjum przewoźników z Półwyspu Iberyjskiego próbowała wejść na wewnątrzniemiecki rynek już w 2005 r.; udało się to jednak dopiero na 2 lata przed liberalizacją. Spółka w 2017 r. przeżyła kryzys i musiała znaleźć nowego inwestora, również branżowego – bośniacki koncern Globtour Međugorje.

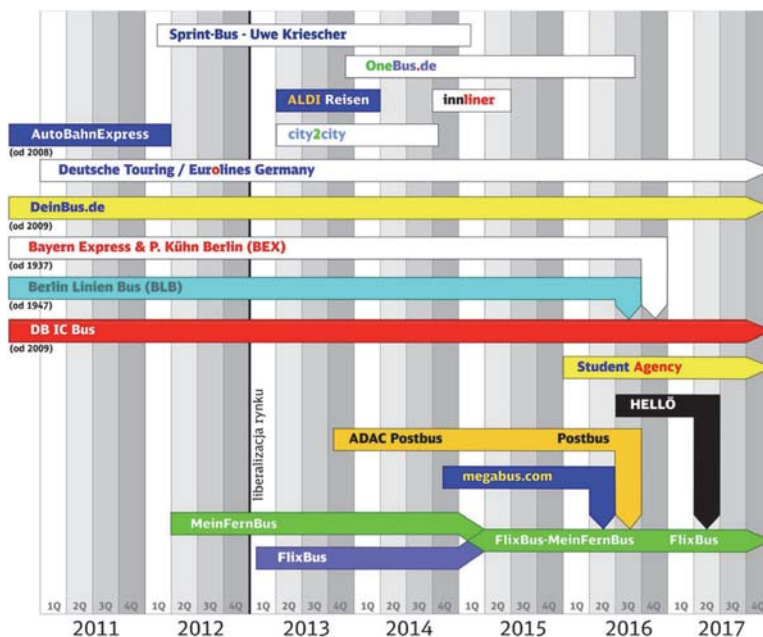
Czwartą, najliczniejszą, grupę stanowiły lokalne przedsiębiorstwa turystyczne czy przewoźnicy miejscy lub regionalni, którzy planowali rozszerzyć swe usługi i obsługiwać kilka linii łączących region z najbardziej popularnymi celami podróży. Za efektywnością tych przedsiębiorstw przemawiały: istniejące zaplecze techniczne, przeszkolona kadra, jak i lokalnie uznana marka (np. Innliner, Fass Reisen czy Schnur-Stracks-Bus). Zasadniczą barierą był problem w ukształtowaniu skojarzenia z marką i brak nowoczesnego systemu sprzedaży.

FlixBus start-up wywodzący się z Uniwersytetu Technicznego w Monachium swoją ofertę zaczął kierować właśnie do czwartej grupy przedsiębiorców. Oferował dużą liczbę pasażerów dzięki swojej wysokiej rozpoznawalności marki, nowoczesnym kanałom dystrybucji biletów (głównie aplikacja i Internet) i zarządzania ceną, a także narzędziom zarządzania flotą i informacją pasażerską. Od przewoźników oczekiwano z kolei określonego standardu usług oraz unifikacji wizualnej taboru. W barwach start-up zaczęło jeździć coraz więcej przedsiębiorców. Podobną strategię przyjął MeinFernBus. Na rzecz FlixBusa w 2017 r. usługi świadczyło blisko 150 przedsiębiorców.

W początkowej fazie rozwoju rynku klientów próbowano zdobywać również za pośrednictwem popularnych sieci dyskontów. Współpraca przybierała różne formy, od sprzedaży biletów (FlixBus w Lidl) po branding autobusów (autobusy ALDI Reisen obsługiwane przez Univers Reisen). Szeroka sieć sprzedaży oraz nawiązanie do historycznej marki, kiedy Deutsche Bundespost obsługiwała autobusy regionalne pod marką Kraftpost, przyspieszały powstanie spółki ADAC Postbus. Drugim udziałowcem miał być Niemiecki Ogólny Związek Motorowy (ADAC), mający wówczas ponad 18 mln członków. Automobilklub wnosił, poza szeroką bazą potencjalnych klientów, do których rosła swoje biuletyny czy newslettery, również gwarancję jakości. Nie wystarczyło to jednak, aby ADAC Postbus uzyskał i utrzymał satysfakcjonującą pozycję rynkową. Automobilklub wycofał się ze spółki po roku; 2 lata później działalność została sprzedana FlixBusowi.

Proces konsolidacji rynku

Jak wspomniano, rynek dalekobieżnych połączeń autobusowych w Niemczech charakteryzuje się wysoką dynamiką, choć po pierwszym roku po liberalizacji wielu graczy rynkowych, ale także przedstawicieli świata nauki, stawiało tezę, że – mimo wzrostu całego rynku – konieczna będzie koncentracja. Dynamika tego zjawiska jednak była zaskakująca. Z rynku bardzo szybko wypadli przewoźnicy działający jeszcze przed liberalizacją (AutoBahnExpress, Sprint-Bus). City2City, Aldi-Reisen, Innliner, OneBus



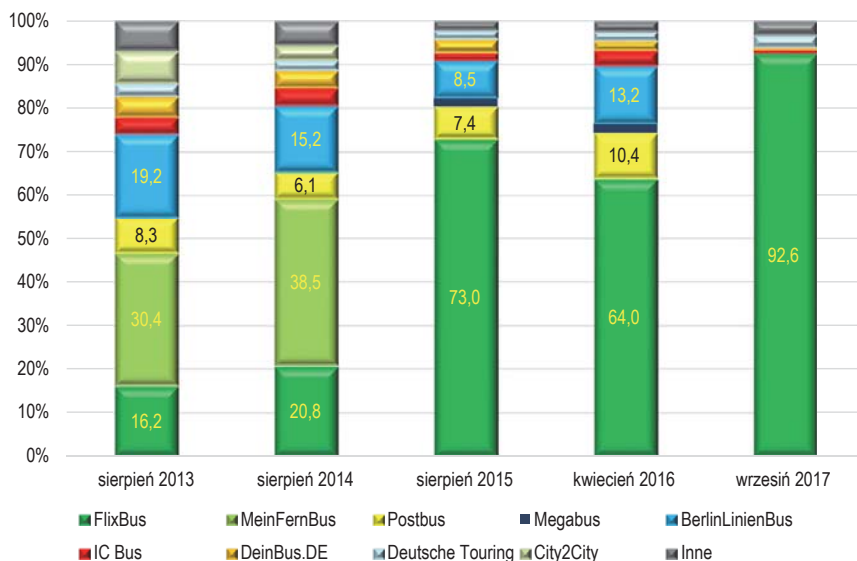
Rys. 1. Historia rozwoju największych graczy na rynku dalekobieżnych połączeń autobusowych

Źródło: oprac. własne na podst. informacji prasowych.

szybko zakończyli swoją działalność (por. tab. 3 i rys. 1), mimo iż każdy z przewoźników miał inną strategię rozwoju oraz inne kanały dystrybucji, a także docelowe grupy klientów.

Okresem szczególnie silnej konsolidacji były lata 2015–2016. W styczniu 2015 r. bardzo dynamicznie rozwijający się start-up MeinFernBus połączył się z FlixBus, tworząc wspólną sieć połączeń i działając pod firmą MeinFernbus FlixBus, a następnie w 2016 r. udziały właścicieli MeinFernBus zostały odkupione przez udziałowców FlixBus GmbH. Spółka natomiast przyjęła nazwę FlixBus-MeinFernBus. Spółka w czerwcu 2016 r. przejęła siatkę połączeń przewoźnika Megabus. Przejęcie dotyczyło nie tylko linii działających w Niemczech, ale w całej kontynentalnej Europie. Stagecoach Group stał się podwykonawcą FlixBus, działając pod marką FlixBus. 2 miesiące później FlixBus nabyła Postbus, uzyskując tym samym ok. 80% udziałów w rynku [6]. Wartość transakcji z Pocztą Niemiecką nie została ujawniona.

Przejęcie obu konkurentów wywołało liczne krytyczne komentarze pozostałych graczy rynkowych oraz organizacji konsumentskich. Bundeskartellamt (Federalny Urząd Antymonopolowy) nie mógł zgłosić zastrzeżeń do tej transakcji. Organ został wprawdzie poinformowany w przeddzień przez obie spółki o zamiarze sprzedaży, jednakże nie podlegała ona notyfikacji, gdyż prógi obrotu obu spółek nie zostały osiągnięte. Wymóg powiadomienia wynika z ustawy o zwalczaniu ograniczeń konkurencji (*Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen*). Zgoda jest wymagana, gdy w wyniku połączenia 2 firm, według danych za rok poprzedzający rok, w którym transakcja ma nastąpić, globalny przychód wyniesie ponad 500 mln euro i krajowy przychód co najmniej 1 z podmiotów wnoszący ponad 25 mln euro, a drugiego przynajmniej 5 mln euro. Choć autobusy MeinFernbus FlixBus miały przychody w 2015 r. ponad 100 mln euro, to jednak ze względu na międzynarodową strukturę grupy (posiada oddziały m.in. we Francji i Włoszech) nie spełniała ona pierwszego kryterium – globalnych przychodów. W tym przypadku prawo antymonopolowe Niemiec okazało się zawodne. Nie posiada ono instrumentów ochronnych dla rynków charakteryzujących się mniejszą wartością.



Rys. 2. Udział rynkowy poszczególnych graczy mierzony roczną liczbą kursów
Źródło: oprac. własne na podst. raportów Simplex Mobility.

Stworzenie silnej marki FlixBus spowodowało, jak wspomniano, ograniczenie marek koncernu Deutsche Bahn do IC Bus. Historyczne marki Bayern Express & P. Kühn Berlin (BEX) i Berlin Linien Bus (BLB) zostały wycofane z rynku połączeń dalekobieżnych.

Na rynku niemieckim były podjęte 2 próby pojawiania się nowych, większych przewoźników. Obie próby miały miejsce w 2016 r. i dotyczyły ekspansji przedsiębiorstw z krajów sąsiednich. Z początkiem 2016 r. na rynek niemiecki weszła Student Agency (od 2016 r. pod marką RegioJet), oferująca głównie połączenia międzynarodowe z Czech do Niemiec, Francji i krajów Beneluksu, z możliwością zakupu biletów na odcinki wewnątrzniemieckie (kabotaż). Na marginesie należy wspomnieć, że na niektórych liniach Student Agency jest podwykonawcą Deutsche Bahn.

W drugim półroczu 2016 r. pojawiła się firma Hellö, należąca do kolei austriackich ÖBB. Działała w podobny sposób, koncentrując się na połączeniach z Wiednia i innych miast Austrii, na terenie Niemiec dokonując kabotażu. Choć młody i dynamiczny

zarząd ÖBB i Hellö obiecywał silną walkę z FlixBusem, to po niespełna roku ÖBB zdecydowała się swoją działalność odsprzedać FlixBusowi. FlixBus, nabywając Hellö, uzyskał blisko 92-procentowy udział w rynku niemieckim (por. rys. 2). W szczytowym okresie Hellö i Student Agency osiągnęły po niespełna 2% udziałów w niemieckim rynku.

Nowi gracze na rynku wprawdzie się pojawiają, ale kierują swoją ofertę głównie do pasażerów z państw macierzystych (np. LeoExpress) lub działają w niszowych połączeniach transgranicznych (np. flibco.com). Ich strategię nie zakładają walki z FlixBusem lub też próbują wyróżnić się na lokalnym rynku podwyższonym komfortem (np. Traumliner przedsiębiorstwa Joachim Jumpertz na linii Bonn–Berlin).

Konkurencyjność czasowa transportu autobusowego

Zasadniczą przewagą kolei nad autobusami są czasy przejazdu. Na koniec 2017 r. w Niemczech funkcjonowało blisko 2,6 tys. km tras kolejowych, na których maksymalna prędkość wynosiła powyżej 160 km/h. Stanowiło ok. 7% długości sieci kolejowej. Udział tras kolei dużych prędkości ani też maksymalne prędkości (tylko 3 trasy z prędkością 300 km/h: Frankfurt–Kolonja, Ingolstadt–Norymberga i Ebensfeld–Erfurt–Lipsk) nie są może tak spektakularne jak we Francji czy Hiszpanii, niemniej zlokalizowane są na kluczowych odcinkach łączących główne metropolie między sobą.

Niemieckie koleje długodystansowe (ICE i IC/EC) charakteryzują się stosunkowo dużą liczbą stacji pośrednich. Znacząco zwiększa to dostępność oferty i umożliwia przesiadanie się, wydłuża się jednak czas podróży. Analizując uwarunkowania czasowe, należy zwrócić uwagę, że połączenia kolejowe cechuje cykliczny rozkład jazdy. Deutsche Bahn, *de facto* monopolista na rynku połączeń dalekobieżnych, uruchamia pociągi na kluczowych trasach w takcie godzinnym, ewentualnie 2-godzinnym. Bilety kolejowe mają charakter otwarty (za wyjątkiem ofert promocyjnych), tj. umożliwiają przejazd wcześniejszymi lub późniejszymi połączeniami, co zdecydowanie ułatwia zarządzanie czasem w podróżach biznesowych. W transporcie autobusowym bilet jest natomiast na określony kurs.

Taryfa kolejowa umożliwia dojazd kolejami regionalnymi i aglomeracyjnymi bez zakupu osobnych biletów (istnieje integracja taryfowa kolei regionalnych z dalekobieżnymi DB), a posiadacze kart rabatowych DB (*BahnCard*), posiadając ważny bilet na koleje dalekobieżne, uprawnieni są do darmowej podróży komunikacją miejską w 128 miastach na dworzec i z dworca (*City-Ticket*). Zważywszy na fakt, że tylko 3 miasta (Herten, Nordhorn, Bergkamen) spośród 120 największych miast nie posiadają połączeń kolejowych, konkurencja transportu autobusowego wydaje się być trudna.

Autokarowe połączenia dalekobieżne korzystają z rozbudowanej sieci autostrad, umożliwiającej przejazd pomiędzy wszystkimi największymi miastami Niemiec. Problemem są jednak częste zatory na autostradach. Raport niemieckiego związku motorowego (ADAC) pt. *Staubilanz 2017* szacował, iż łączna długość korków na niemieckich autostradach wynosi dziennie ok. 4 tys. km, przy czym średnia długość zatorów zależy nie tylko od pory dnia, ale również od dnia tygodnia, walnie utrudniając planowanie rozkładów jazdy autobusów.



Scania OmniExpress w barwach ADAC Postbus

Tab. 4. Średnie czasy przejazdów między wybranymi miastami Niemiec w listopadzie 2017 r.

Dystans	[km]	Autobus	Kolej	Samochód
Berlin–Monachium*	590	07:00	06:18	06:00
Berlin–Hanower	290	03:05	01:55	02:50
Berlin–Frankfurt nad Menem	550	06:30	03:56**	05:50
Berlin–Hamburg	290	03:05	01:42	02:40
Berlin–Monastyr	475	06:05	04:15	05:05
Berlin–Düsseldorf	550	07:45	04:41	05:50
Berlin–Stuttgart	635	08:05	05:35**	06:40
Berlin–Heringsdorf (Uznam)	230	03:45	03:57	02:40
Fryburg Bryzgowijski–Stuttgart	180	02:30	02:01	01:45
Fryburg Bryzgowijski–Monachium	355	04:45	04:40	04:00
Fryburg Bryzgowijski–Drezno	690	10:15	06:40	06:40
Drezno–Frankfurt	470	06:50	04:15	04:30
Drezno–Rostock	420	05:40	05:55	04:05
Monachium–Friedrichshafen	205	02:20	02:46	02:00
Düsseldorf–Hooksiel	340	05:10	05:39	03:20

* – linia KDP Berlin – Monachium oddana w grudniu 2017, ** – pociągi ICE Sprinter do 2015 r. były za specjalną dopłatą w wysokości 11,50 EUR.

Źródło: oprac. własne na podst. informacji z bahn.de, flixbus.de, maps.google.com

W tab. 4 dokonano porównania najlepszych czasów przejazdu autobusów oraz pociągów, zestawiając je z czasem przejazdu samochodem osobowym. Autobusy uzyskują najlepsze czasy na trasach, na których nie ma dostępnej, choćby na większości odcinka, oferty ICE. Są to głównie dojazdy do miejscowości turystycznych nad Bałtykiem i Morzem Północnym, a także połączenia poprzez obszary górskie, np. Schwarzwald. Do czasu oddania trasy kolei dużych prędkości między Ebensfeld a Lipskiem, do grudnia 2017 r., bardzo popularną wśród podróżnych trasą autokarową było połączenie Berlina z Monachium. Rozkładowy czas podróży autokarem był tylko o 11% dłuższy niż koleją.

Porównanie czasów przejazdu autobusów do samochodów osobowych jest o tyle istotne, iż w Niemczech bardzo silne są platformy *carpoolingowe*. Liderem jest BlaBlaCar, który w kwietniu 2015 r. przejął 2 największe platformy kojarzące pasażerów i kierowców (mitfahrgelegenheit.de i mitfahrzentrale.de). W komunikacie prasowym z marca 2018 r. francuski potentat poinformował, iż posiada ok. 5,5 mln zarejestrowanych użytkowników. Na rynku działają również mniejsze platformy posiadające po kilkadziesiąt lub kilkaset tysięcy użytkowników, m.in. mifaz.de, bessermifahren.de, fahrgemeinschaft.de czy flinc.de, a lokalnie na znaczeniu zyskują portale społecznościowe, np. Facebook.

Ceny biletów

Dynamicznie zachodzące zmiany na rynku dalekobieżnych przewozów autokarowych nie mają istotnego wpływu na średnie ceny biletów. Na zmiany średnich cen biletów nie wpłynęły ani pojawienie się na rynku operatorów kładących nacisk na walkę cenową (np. megabus.com, który reklamował się biletami od 1,00 euro plus 0,50 euro opłaty rezerwacyjnej), ani postępujący proces monopolizacji rynku.

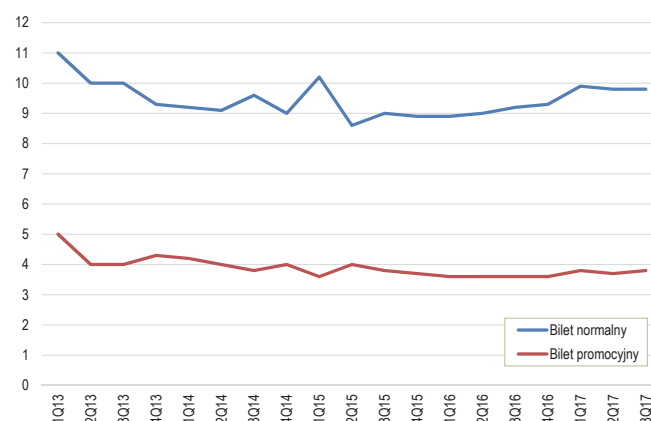
Szczegółowe ceny analizowane są przez IGES w przeliczeniu na pasażerokilometr (rys. 3). Autorzy przyjęli do analizy maksymalne ceny oferowane przez przewoźników autobusowych, uznając je za koszt biletu normalnego, oraz ceny promocyjne. W ciągu 5 lat funkcjonowania rynku średnia cena biletu promocyjnego wynosiła 41,2% ceny maksymalnej. Należy podkreślić, iż polityka

cenowa przewoźników autobusowych różni się od linii lotniczych, ceny ostatnich dostępnych biletów lub też na kilkanaście minut przed podróżą specjalnie nie są zawyżane. W transporcie autobusowym bardziej liczy się napełnienie pojazdów niż nadzwyczajne zyski ze sprzedaży ostatnich wolnych miejsc.

W świetle danych portalu FromAtoB.de średnie ceny biletów autobusowych wzrastają w okresie przed świętami Bożego Narodzenia (nawet o 220%), podobnie jak na kolei. Przy czym w Deutsche Bahn obowiązują stawki maksymalne, wyznaczone przez cennik. Stosunek ceny biletów autokarowych i kolejowych pozostaje więc zbliżony, jednak zwiększa się wartość bezwzględna różnicy cenowej, czyniąc autobusy bardziej atrakcyjnymi dla podróżnych. Odniesienie cen biletów autobusowych w stosunku do cen biletów kolejowych potwierdzają strajki na kolei. W ich czasie ceny biletów rosną o około 1/5, a sprzedaż biletów się potraja (niektórzy przewoźnicy uruchamiają nawet poszczególne kursy kilkoma autobusami). W czasie strajku w listopadzie 2014 r. portal Fernbusse.de zaobserwował dość specyficzną grę koncernu DB. Wzrost średnich cen w autobusach BerlinLinienBus.de, spółki zależnej DB, był najwyższy na rynku (34,6%), podczas gdy autobusy jeżdżące pod marką IC Bus, opatrzoną logiem koncernu, podniosły średnie ceny tylko symbolicznie (o 1,6%).

Z kolei portale pośredniczące w sprzedaży biletów lub ułatwiające rozeznanie się w ofertach publikują średnie ceny biletów sprzedawanych lub wyszukiwanych za swoim pośrednictwem. Obie wartości nieco się różnią, co wynika z faktu, iż klienci zazwyczaj wybierają niższą cenę, przekładając podróż w czasie lub szukając ofert alternatywnych. W świetle danych CheckMyBus.de średnia cena sprzedawanego biletu autobusowego, niezależnie od dystansu, w ostatnich 5 latach oscylowała wokół kwoty 17,50 euro. Z kolei portal Fernbusse.de zauważa systematyczny wzrost cen maksymalnych biletów autobusowych z poziomu średniego ok. 19,50 euro w 2013 r. do 25,60 euro w 2017 r. Interpretacja tych danych w porównaniu z danymi IGES nie jest możliwa, gdyż cena może wynikać z przyzwyczajania się do podróży autokarem na dłuższe dystanse. Natomiast portal GoEuro.com sugeruje ponad 40-procentowy wzrost średniej ceny w przeliczeniu na km podróży: z 3,80 c do 5,33 c. Również i w tym przypadku trudno o jednoznaczną interpretację – wzrost może być wynikiem zmniejszania puli ofert promocyjnych.

W porównaniu dokonywanym przez portal Fernbusse.de przez cały czas cena biletu autobusowego w przeliczeniu na km była stabilna i wynosiła 5,7 c. Konkurencja ze strony autobusów



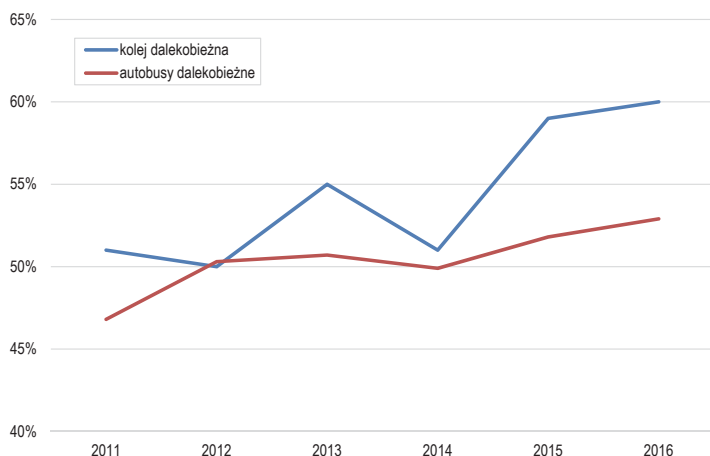
Rys. 3. Średnie ceny biletów autobusowych w centach w przeliczeniu na kilometr trasy

Źródło: oprac. własne na podst. IGES Institut GmbH.

wpłynęła natomiast na średnią cenę biletu kolejowego, która w 2013 r. wynosiła 14,4 c/km, a w 2017 r. – tylko 11,8 c/km. Presja cenowa wpłynęła również na *carpooling*; koszt przejazdu spadł z 6,5 c/km do 6,0 c/km. Należy podkreślić, iż spadek średnich cen biletów kolejowych nie wynika ze zmiany taryfy. Stanowi on pochodną zwiększania puli tanich biletów (od 19,00 euro) lub promocji dotyczących kart rabatowych kolei (*BahnCard*). Deutsche Bahn nie ujawnia szczegółów działań w tym zakresie.

Efektywność wykorzystania taboru

Ważnym miernikiem rozwoju rynku jest efektywność wykorzystania taboru. Liberalizacja dalekobieżnych przewozów autobusowych w pełni przyczyniła się nie tylko do zwiększenia liczby pasażerów transportu dalekobieżnego, ale również do zwiększenia efektywności wykorzystania taboru autobusowego jak i kolejowego (por. rys. 4). W przypadku autobusów wpływ na poprawę efektywności miała jeszcze optymalizacja liczby i sieci połączeń. Od 2015 r., mimo wzrostów liczby pasażerów, obserwowany jest spadek liczby oferowanych połączeń. Częściowo wynika to z konsolidacji rynku przez FlixBusa, jak i wycofywania się z rynku Deutsche Bahn (por. tab. 5).



Rys. 4. Średnie napelnienie pojazdów transportu dalekobieżnego w Niemczech

Źródło: oprac. własne na podst. Federalnego Urzędu Statystycznego.



Bagażnik rowerowy na autobusie Meinfermbus

Tab. 5. Średnia tygodniowa liczba kursów autobusów dalekobieżnych w Niemczech – kursy krajowe i międzynarodowe z obsługą połączeń wewnątrzniemieckich

	2013	2014	2015	2016	2017
Liczba kursów wszystkich przewoźników	4 714	6 775	9 018	8 990	6 190
- w tym FlixBus	765	1 411	6 582	5 754	5 753
- w tym Deutsche Touring	143	159	184	188	158
- w tym koncern Deutsche Bahn (IC Bus, BLB, BEX, UBB in.)	1 130	1 347	975	1 589	88

Źródło: Bundesamt für Güterverkehr oraz Simplex Mobility na podstawie zgłoszonych rozkładów jazdy

Usługi dodane

Konkurencja na rynku autobusowym przyczyniła się do rozwoju pakietu usług dodanych do biletów. Każdy z przewoźników przygotowywał własne systemy zachęt, odnosząc się do autobusowej i kolejowej konkurencji. Pełne zestawienie kluczowych przewoźników i oferty dalekobieżnej Deutsche Bahn prezentuje tab. 6. Przewoźnicy autobusowi, w przeciwieństwie do kolei, od samego początku postawili na bezpłatny dostęp do Internetu. Przeciwnieństwem do kolei jest niemożność przewozu zwierząt domowych, za wyjątkiem psów-przewodników. Choć City2City również i taką możliwość wykluczał. W sektorze przewozów autobusowych nie przyjęły się karty rabatowe (na wzór *BahnCard*), jak i programy premiowe (na wzór *bahn.bonus*). Jedynie pocztowe ADAC Postbus autobusy brały ze sobą przesyłki konduktorskie, nadawane u kierowcy autobusu.

Kluczowe są jednak podobieństwa do oferty kolei. Standardem stało się wyposażenie autokarów w toaletę. Wszyscy przewoźnicy oferowali bilety promocyjne, bazując na systemie dynamicznego zarządzania ceną. Większość przewoźników autobusowych zaoferowało podróżnym także możliwość zakupu ciepłych i zimnych napoi oraz przekąsek. Ofertę do kolei upodobił również przewóz rowerów, przy czym tylko FlixBus zdecydował się zastosować haki jako standard. Inni przewoźnicy umożliwili to tylko w lukach bagażowych. Cena usługi jest zbliżona do oferty kolei (9 euro).

Ocena jakości usług

Zapoczątkowany w 2013 r. gwałtowny rozwój usług spowodował zainteresowanie opinii publicznej tematem. Wraz z różnymi informacjami dotyczącymi rozwoju rynku narodziła się na portalu branżowym *fernbusse.de* koncepcja przyznawania nagrody dla najlepszego przewoźnika. Na ocenę globalną składały się 3 komponenty: opinie użytkowników, siatka połączeń oraz jakość usług mierzona kilkoma parametrami. Nagrodę przyznawano przez 4 lata, począwszy od pierwszego roku liberalizacji rynku do czasu zdominowania rynku przez FlixBus w 2016 r. 3 spośród 4 konkursów wygrał DeinBus.DE (por. tab. 7). W opinii użytkowników dużą sympatię zyskał Hellö, choć na rynku niemieckim funkcjonował niespełna rok.

Brak publicznie dostępnych badań jakości usług wśród przewoźników autobusowych wynika z chęci zachowania tajemnicy handlowej oraz dużej dynamiki rynku. Również analiza danych Arbitrażu dla Transportu Publicznego (Schlichtungsstelle für den öffentlichen Personenverkehr e.V.), ze względu na małą rozpoznawalność tej instytucji, nie pozwala zweryfikować ocen przyznawanych przez portal *fernbusse.de*.

Tab. 6. Porównanie ofert przewoźników autobusowych w Niemczech oraz kolei dalekobieżnych ICE i IC

	ICE	IC	IC Bus	MFB	FlixBus	ADAC PostBus	DeinBus.de	Megabus	Helio	Eurolines	BerlinLiniBus	RegioJet
Wi-Fi	Na wybranych trasach od 2005 r. Pieniężnie płatne. Bezpłatne od 2015 r. w pierwszej klasie i od 2016 r. w drugiej, ale z limitem danych	Nie	Bezpłatne	Bezpłatne	Bezpłatne	Bezpłatne	Bezpłatne	Bezpłatne	Bezpłatne	Brak w standardzie, ale znaczna część autobusów posiada	Bezpłatne	Bezpłatne
Gniazdko elektryczne	1 na fotel w pierwszej klasie oraz 1 na 2 fotele w drugiej	Tylko w wagonach zmodyfikowanych od 2012 r.	1 na 2 fotele	1 na fotel	1 na fotel	1 na fotel	1 na 2 fotele lub 1 na fotel	1 na fotel	gniazdko elektryczne i gniazdko USB przy każdym fotelu	Brak w standardzie, ale większość autobusów posiada	1 na 2 fotele	1 na fotel
Poczęstunek	BoardBistro lub BoardRestaurant	BoardBistro lub BoardRestaurant	Sprzedają napoje i przekąski	Sprzedają napoje i przekąski	Nie	Sprzedają napoje i przekąski	Sprzedają napoje i przekąski	Nie	Sprzedają napoje i przekąski	Sprzedają posiłki tylko na wybranych liniach	Sprzedają posiłki gwarantowaną na liniach o czasie przejazdu dłuższym niż 4 h	Sprzedają napoje i przekąski
Przewóz rowerów	Nie	miejsca rezerwowane, 9 euro	Nie (za wyjątkiem linii Berlin-Kopenhaga, 9-10 euro)	W luku bagażowym, 9 euro	Na hakach, 9 euro	W luku bagażowym, 10 euro	W luku bagażowym, 9 euro	Nie	Miejsca rezerwowane	Nie	w luku bagażowym, 10 euro	opakowanych w luku bagażowym, 6 euro
WC	Tak	Tak	Tak	Tak	Tak	Tak	Tak	Tak	Tak	Tak	Tak	Tak
Karty rabatowe	BahnCard - 25%, 50% lub 100% rabatu, honorowanie biletów InterRail i Eurail.	BahnCard - 25%, 50% lub 100% rabatu, honorowanie biletów InterRail i Eurail.	bahn.bonus	Nie	Nie	Posibus Karte - 25% (w cenie 25 euro/rok, darmowa dla członków ADAC)	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie
System premiowy	bahn.bonus	bahn.bonus	bahn.bonus	Nie	Nie, ale w latach 2013-2015 był Flix&More	Nie, ale posiadacze Posibus Karte otrzymują kawę lub herbatę gratis podczas podróży	Nie	Nie	Nie	Nie	Mein BLB	Nie
Przesyłki konduktorskie	Tak	Tak	Nie	Nie	Tylko we współpracy z Semmer.de	Tak	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie
Przewóz zwierząt (innych niż psy-przewodnicy)	Małe w klatkach lub torbach bezpłatnie, duże za pół ceny biletu normalnego	Małe w klatkach lub torbach bezpłatnie, duże za pół ceny biletu normalnego	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Bilet normalny	Nie
Inne bonusy	W pierwszej klasie bezpłatna prasa codzienna i wstęp do DB Lounges. Ulgi dla grup powyżej 5 osób	W pierwszej klasie wstęp do DB Lounges. Ulgi dla grup powyżej 5 osób	Możliwość zakupu wspólnego biletu na podróż koleją i IC Busem	Możliwość darmowego anulowania biletów (kupon na nowy bilet) oraz zmiany rezerwacji	ZOB Lounges. Do 2015 r. rabaty dla grup od 3 osób	Pokładowa sieć rozrywki (przez Wi-Fi)	Pokładowa sieć rozrywki (przez Wi-Fi). Rabaty dla grup od 8 osób	Nie	Rabat na pociągi dojeżdżające do stacji autobusu (podobne zasady jak OBB Vorteilscard Classic)	Nie	Bezpłatna prasa codzienna. Możliwość samodzielnego jazdy dzieci (bez opieki rodziców). Do 3 sztuk bagażu	Urządzenie rozrywki pokładowej
Cena promocyjna	Od 19 euro	Od 19 euro	Od 9,90 euro	Od 5 euro	Od 5 euro	Od 5 euro	Od 5 euro	Od 0,50 euro	Od 15 euro	Od 5 euro	Od 5 euro	Od 15 euro

Źródło: oprac. własne na podst. informacji przewoźników.

Tab. 7. Nagroda „Fernbus des Jahres” dla najlepszego dalekobieżnego przewoźnika autobusowego

		2013	2014	2015	2016
Ocena ogólna	1	MeinFernBus	DeinBus.DE	DeinBus.DE	DeinBus.DE
	2	FlixBus	MeinFernBus	Postbus	Hellö
	3	DeinBus.DE	FlixBus	MeinFernBus	FlixBus
Opinie użytkowników	1	FlixBus	DeinBus.DE	DeinBus.DE	DeinBus.DE
	2	MeinFernBus	FlixBus	Postbus	Hellö
	3	DeinBus.DE	MeinFernBus	MeinFernBus	FlixBus
Sieć połączeń	1	MeinFernBus	MeinFernBus	MeinFernBus	FlixBus
	2	BerlinLinienBus	FlixBus	BerlinLinien-Bus	Eurolines Germany
	3	FlixBus	BerlinLinien-Bus	Postbus	DeinBus.DE
Jakość usług	1	DeinBus.DE	DeinBus.DE	DeinBus.DE	Hellö
	2	MeinFernBus	IC Bus	IC Bus	DeinBus.DE
	3	FlixBus	MeinFernBus	MeinFernBus	IC Bus

Źródło: oprac. własne na podst. portalu fernbusse.de

Wizerunek transportu autobusowego

Stereotypowy wizerunek transportu autobusowego sprzed liberalizacji rynku nie był dobry. Autobusy kojarzyły się głównie z obywatelami Europy Wschodniej przyjeżdżającymi do pracy lub w odwiedziny do swych rodzin. Niewielka skala operacji powodowała, iż autobusy dalekobieżne zatrzymywały się na wydzielonych przystankach dworców regionalnych lub miejskich. Wzrost liczby pasażerów postawił przed władzami komunalnymi nowe wyzwanie – stworzenie dworców z przepustowością odpowiednią do popytu oraz dostosowanych do potrzeb wszystkich pasażerów, w tym niepełnosprawnych, a także zapewnienia dojazdów transportem publicznym [13, 16, 20].

Do działań na rzecz infrastruktury dworcowej dla autobusów zachęcają nie tylko sami przewoźnicy czy stowarzyszenia reprezentujące pasażerów. ADAC prowadzi test dworców autobusowych, oceniając szereg kwestii jakościowych (m.in. widoczność

i czytelność rozkładów jazdy, dostępność dla osób z ograniczoną mobilnością, powiązanie z transportem publicznym, bezpieczeństwo oraz komfort na peronach i w poczekalni). Z kolei BDO (Federalny Związek Niemieckich Przewoźników Autobusowych) przyznaje nagrodę *Węzła transportowego roku (Mobilitätsknoten des Jahres)*. W 2017 r. w obu ewaluacjach zwyciężył dworzec autobusowy w Hanowerze.

FlixBus natomiast wprowadził specjalne poczekalnie o podwyższonym standardzie (tzw. ZOB Lounge) tylko dla swoich klientów w Berlinie i Monachium. Początkowo miały być one elementem przewagi konkurencyjnej nad innymi przewoźnikami, po konsolidacji rynku stały się dodatkową przestrzenią pasażerską na niedostosowanych do liczby pasażerów dworcach.

W Niemczech duże znaczenie dla konsumentów odgrywają kwestie ochrony środowiska. FlixBus w swojej kampanii marketingowej podkreśla przywiązanie do tych wartości. Szczególnym działaniem było wynegocjowanie dla podwykonawców oferty autokarów elektrycznych BYD, które na trasy wyjechały wprawdzie we Francji (kwiecień 2018), a następnie w Niemczech (październik 2018, trasa Frankfurt nad Menem–Mannheim).

Przewoźnicy autobusowi przedstawiają również wyliczenia Federalnego Urzędu Środowiska (Umweltbundesamt) z 2014 r., iż średnie zużycie energii, w przeliczeniu na pasażera (uwzględniając średnie napełnienia pojazdów) i w przeliczeniu na litry oleju napędowego, na 100 km wynosi tylko 1,3 l i jest niższe niż w przypadku kolei (2,1 l) oraz motoryzacji indywidualnej (6,0 l).

Konkurencja międzygałęziowa na rynku transportu dalekobieżnego

Porównując dane z tab. 1, można odnieść wrażenie, iż liberalizacja rynku przewozów autobusowych w Niemczech nie tylko nie odbiła się negatywnie na kolei, ale przyczyniła się do wzrostu zainteresowania całym dalekobieżnym transportem publicznym. Niemniej poszczególni gracze reagowali na oferty konkurencji.

Deutsche Bahn przegrała walkę na rynku autobusowym (por. tab. 5), ale intensywnie broni swojej pozycji na rynku przewozów kolejowych. Najbardziej znaczące było rozszerzenie w sierpniu 2018 r. oferty *City-Ticket*, dotychczas dostępnej tylko dla posiadaczy kart rabatowych, dla wszystkich kupujących normalny bilet (lub wybrane promocyjne) na przejazd pociągiem dalekobieżnym na odległość powyżej 100 km. Oferta ta zapewnia w mieście rozpoczęcia i zakończenia podróży darmowe korzystanie z lokalnego transportu publicznego. Dotyczy ona 128 miast, ale lista jest systematycznie zwiększana. Uwzględniając ceny komunikacji miejskiej, pozwala ona na zaoszczędzenie ok. 5 euro. Analogicznej oferty FlixBus nie posiada.

Wcześniejszymi odpowiedziami na ofertę FlixBusa były liczne promocje na pociągi dalekobieżne, ale również regionalne, m.in. *Ostsee-Ticket*, *Hopper-Ticket*, *Regio120-Ticket*, ale również dodatkowe pule tanich biletów (kampanie „dodatkowy milion biletów za 19 euro”) czy uruchomienie na zasadach komercyjnych pociągu *InterRegioExpress* między Berlinem a Hamburgiem, w specjalnej taryfie, gdzie honorowane są także bilety regionalne.

W sierpniu 2017 r. FlixBus wraz z czeskim prywatnym przewoźnikiem Leo Express uruchomił połączenie kolejowe między Berlinem a Stuttgartem (przez m.in. Hanower, Frankfurt, Heidelberg). W tym celu wykorzystano formalności udzielone na połączenie uruchamiane przez spółkę Locomore, funkcjonujące od grudnia 2016 do maja 2017 r. Działalność Locomore okazała się być deficytowa, a sama spółka zmuszona była ogłosić ban-



Dworzec autobusowy w Hanowerze (ZOB Hannover) uznany został w konkursach ADAC oraz BDO za najlepszy dworzec autobusowy w Niemczech. Fot. M. Beim

kructwo. FlixBus natomiast zakłada sukces, zarówno dzięki sprzedaży biletów na własnej, popularnej platformie, jak i dzięki integracji autobusów z dużo szybszą koleją, tworząc intermodalną ofertę przewozową. FlixBus prowadzi dalszą ekspansję na rynku kolejowym poprzez własną spółkę FlixBahn, działającą we współpracy z Leo Express (druga para połączeń kolejowych między Berlinem a Stuttgartem) i BahnTouristikExpress GmbH (Hamburg–Kolonie oraz nocne połączenia Hamburg–Lörrach).

Dopiero pojawienie się FlixBahna spowodowało kontrowersyjne działania Deutsche Bahn. Cena biletów promocyjnych na pociągi ICE lub IC, kursujące bezpośrednio przed czy po FlixBahn, jest zdecydowanie niższa niż w inne pory dnia. Natomiast sprawą, która ma znaleźć rozstrzygnięcie w sądzie, jest działanie wyszukiwarki połączeń na stronie www.bahn.de, prowadzonej przez koncern Deutsche Bahn. Wyszukiwarka nie tylko nie podawała informacji o cenach biletów czy odnośnika do strony rezerwacji, ale publikowała błędne godziny kursowania pociągów FlixBahn. Badacze [10, 11] podkreślają, iż rosnące znaczenie w wyborze formy dalekobieżnego transportu będą miały elektroniczne wyszukiwarki, umożliwiające porównanie ofert. Wynika to m.in. z faktu, iż poszerza się grono osób chcących dowolnie wybierać między *carpoolingiem*, autokarami czy kolejami.

FlixBus, zdając sobie sprawę z siły kolei, kładzie duży nacisk na rozwój tych usług. Prognozuje się, że pociągi FlixBahna tylko w 2018 r. przewożą ok. 750 tys. pasażerów. W najbliższych planach są pociągi z Berlina do Monachium i do Kolonii. Pozycja FlixBusa na rynku autobusowym wydaje się niezagrażona, a spółka prognozuje spadek dynamiki przyrostu klientów. Jedynie fakt przejścia w listopadzie 2018 r. dywizji autobusowej kolei francuskich SNCF Ouibus przez BlaBlaCar postrzegany jest jako potencjalnie nowa odsłona walki o rynek, o ile Ouibus zdecyduje się wejść do Niemiec.

Podsumowanie

Liberalizacja rynku dalekobieżnych połączeń autobusowych znacząco zmieniła postrzeganie międzymiastowych podróży w Niemczech. Rynek dotychczas dzielony między kolej a samoloty został uzupełniony ofertą autobusową. Nastąpiło to bez większych strat w liczbie podróży Deutsche Bahn czy pasażerów samolotów. Można stwierdzić, iż autobusy przyciągnęły osoby, które dotychczas wybierały podróż własnym samochodem, tudzież korzystały z modnego w Niemczech od wielu lat *carpoolingu*. Pojawienie się przewoźników autobusowych z agresywnymi ofertami handlowymi zdynamizowało rynek, zmuszając kolej do odpowiedzi promocjami. Również przewoźnicy autobusowi poszukiwali rozwiązań charakterystycznych dla kolei, chcąc przyciągnąć nowych pasażerów (np. możliwość przewozu rowerów) lub oferując nowe usługi pozwalające na zwiększenie dochodów (np. przesyłki kurierskie). Klienci stali się głównymi beneficjentami rywalizacji konkurencyjnej.

Niepokojącym zjawiskiem jest jednak proces monopolizacji na rynku przewozów autobusowych. FlixBus zdominował rynek, przez co konkurencja między przewoźnikami zamieniła się w konkurencję międzygałęziową między koleją reprezentowaną przez Deutsche Bahn a autobusami dalekobieżnymi FlixBus. Może to w konsekwencji skutkować wzrostem cen. Zaletą istnienia dużego gracza na rynku autobusowym jest natomiast możliwość ekspansji na inne rynki, zwłaszcza zdominowany przez Deutsche Bahn rynek dalekobieżnych przewozów kolejowych.

Wyzwań stojących przed segmentem dalekobieżnych połączeń autobusowych jest jednak bardzo wiele. W skali lokalnej wyzwa-

niem jest dostosowanie dworców autobusowych w największych miastach do radykalnie większych potoków pasażerskich. Problemem pozostaje też integracja przestrzenna i taryfowa z komunikacją lokalną (oferta na wzór *City-Ticket*). Na poziomie ogólnokrajowym wyzwaniem jest natomiast optymalizacja i stabilizacja siatki połączeń. Choć elastyczność w kształtowaniu ofert jest silną stroną przewoźników autobusowych, pasażerowie niemieccy przyzwyczajeni są do wieloletniej stabilności ofert oraz do cyklicznego rozkładu jazdy.

Liberalizację rynku dalekobieżnych przewozów autobusowych można uznać w świetle przytoczonych faktów za duży sukces, którego owocem było wzmocnienie całego systemu transportu publicznego.

Bibliografia:

1. Augustin K., Gerike R., Sanchez M. J. M., Ayala C., *Analysis of intercity bus markets on long distances in an established and a young market: The example of the US and Germany*, „Research in Transportation Economics” 2014, No. 5 (48), pp. 245–254.
2. Bataille M., Steinmetz A., *Intermodal Competition on Some Routes in Transportation Networks: The Case of Inter Urban Buses and Railways*, Düsseldorf Institute for Competition Economics (DICE), Düsseldorf 2013.
3. Beim M., *Niemieckie doświadczenia w organizacji rynku regionalnych kolejowych przewozów pasażerskich*, (w:) M. Pawełczyk (red.), *Regulacja i ochrona konsumentów w sektorze transportu kolejowego – wybrane problemy*, Wydawnictwo Ius Publicum, Warszawa 2016, s. 27–48.
4. Beim M., *Uwarunkowania prawne w zakresie konkurencji autobusów długodystansowych z koleją długodystansową i regionalną na przykładzie Niemiec*, (w:) M. Pawełczyk (red.), *Rynek kolejowy. Prawne i ekonomiczne aspekty funkcjonowania*, Wydawnictwo Ius Publicum, Warszawa 2017, s. 31–46.
5. Burgdorf C., *Potenziale des Fernlinienbusverkehrs in Deutschland: Eine systemdynamische Betrachtung*, Springer-Gabler, Wiesbaden 2017.
6. Dürr N. S., Hüschelrath K., *Patterns of entry and exit in the deregulated German interurban bus industry*, „Transport Policy” 2017, No. 59, pp. 196–208.
7. Grimaldi R., Augustin K., Beria P., *Intercity coach liberalisation. The cases of Germany and Italy*, „Transportation Research Procedia” 2017, No. 5(25), pp. 474–490.
8. Hildebrand K., *Die Deutsche Reichsbahn in der nationalsozialistischen Diktatur 1933–1945*, (in:) L. Gall, M. Pohl (hrsg. v.), *Die Eisenbahn in Deutschland: Von den Anfängen bis zur Gegenwart*, C. H. Beck, Monachium 1999, S. 165–244.
9. Knorr A., Lueg-Arndt A., *Intercity bus deregulation in Germany – Intramodal and intermodal effects after two years*, „Research in Transportation Economics” 2016, No. 5 (59), pp. 323–329.
10. Krämer A., Bongaerts R., *Wie Digitalisierung die Wettbewerbsposition der Bahn im Fernverkehr verändert*, „Internationales Verkehrswesen” 2017, Nr. 1 (69), S. 2–6.
11. Krämer A., *Die Mobilisierung von preissensibler Nachfrage in einer digitalisierten Welt – Die Entstehung von vier Quasi-Monopolen im deutschen Fernverkehrsmarkt*, „Internationales Verkehrswesen” 2018, Nr. 1 (70), S. 2–6.
12. Kühne T., *Massenmotorisierung und Verkehrspolitik im 20. Jahrhundert: Technikgeschichte als politische Sozial- und Kulturgeschichte*, „Neue Politische Literatur” 1996, Nr. 41, S. 196–229.

13. Laage T., *Liberalisierung des Fernbusverkehrs 2013 – Wie umweltfreundlich ist der deutsche Fernbusverkehr und welche Folgen hat er für Städte wie Dresden?*, „Verkehrsökologische Schriftenreihe“ 2017, Nr. 8.
14. Mitusch K., Gipp C., *Faktenpapier Straße-Schiene. Vergleich der Infrastrukturnutzungsentgelte und Besteuerungslasten auf Straße und Schiene mit besonderer Berücksichtigung des Fernbusses*, IGES Institut GmbH, Berlin 2015.
15. Rieger M., Krämer A., *Fernlinienbusse: Chance oder Risiko für den Bahn-Nahverkehr? Eine empirische Bestandsaufnahme zum Zusammenwirken von Fernlinienbussen und Bahn-Nahverkehr sowie ÖPNV*, „Der Nahverkehr“ 2015, Nr. 7–8, S. 41–47.
16. Schmidt T., Wagner C., *Fernbusse am Hauptbahnhof – Frankfurt: Kommunikations- und Wegweisungskonzept mit Neuordnung der Haltepositionen*, „Der Nahverkehr“ 2015, Nr. 3, S. 53–58.
17. Schneider O., Sülberg W., *Die Ferien-Macher Eine Branche macht Urlaub*, Frankfurter Allgemeine Buch, Frankfurt am Main 2013.
18. Strößenreuther H., Gertsen J., Warnecke C., *Fernlinienbusmarkt mit 500% Plus. der liberalisierte Markt nimmt Fahrt auf*, „Internationales Verkehrswesen“ 2013, Nr. 3 (65), S. 60–62.
19. Velde van de D., *Long-distance bus services in Europe: concessions or free market?*, (in:) *The Future for Interurban Passenger Transport Bringing Citizens Closer Together – 18th International Symposium on Transport Economics and Policy*, Vol. 21, OECD Publishing, Madryt 2009, pp. 263–286.
20. Wilde M., Selzer S., *Mit Bus und Bahn zum Fernbusbahnhof. Fernbuslinienangebote: Handlungsoptionen für die Integration in lokale Verkehrssysteme*, „Der Nahverkehr“ 2017, Nr. 4, S. 22–25.

The liberalization of the long-distance bus transport in Germany: from competitive market to monopoly

The Federal Republic of Germany is one of the last member states of the European Union that have liberalized the market of the long-distance buses (interurban buses). Since 1935 until the end of 2012 the access to the market was strictly regulated. Bus companies were allowed only when the bus transport does not threaten the position of railways, and it was only a supplement. The beginning of 2013 lifted most of the restrictions. It has started a dynamic growth of the market. The long-distance buses have changed significantly the urban transport policy as well as have boosted the intermodal competition in the segment of long-distance transport. In the German cities have appeared significant traffic generators, and space of bus terminals turned to be insufficient. Coaches, despite legal restrictions, have become part of the regional transport systems. The unaccustomed to competition national railway carrier – Deutsche Bahn – was forced to find a new position in the market. The answer was to increase the number of promotional tickets. At the same time at the bus market has begun the processes of concentration. The dominant company acquired more than 90 percent of the market. The rapid development of the long-distance buses caused the questions about the extension of a present of motorways toll for lorries also for buses. From the perspective of six years, the liberalization of the bus market to be considered, however, as having a positive impact on transport policy. Most of the passengers using interurban buses used to use private cars, not the railways, as originally feared.

Keywords: long-distance bus, liberalization, transport policy, intermodal competition.

Autor:

dr **Michał Beim** – Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu, Wydział Inżynierii Środowiska i Gospodarki Przestrzennej

