

FlixBus übernimmt Fernbusgeschäft der Deutschen Post



Pressemitteilung, 03/08/2016

FlixBus übernimmt Fernbusgeschäft der Deutschen Post

**++ Postbus-Linien werden in FlixBus-Plattform integriert: „Ein Produkt für alle Zielgruppen“ ++
Langfristige Synergien zwischen FlixBus und der Deutschen Post ++ Positives Signal für
mittelständische Buspartner ++ Regionale Anbindung statt Parallelverkehre zwischen
Metropolen - Kunde profitiert von gesunder Konsolidierung und starker Alternative zum
Individualverkehr ++**

München/Berlin/Bonn, 03/08/2016 – FlixBus übernimmt den Postbus, die Fernbussparte der Deutschen Post. Am 1. November 2016 werden die ersten Postbus-Linien in die FlixBus-Plattform überführt. Über eine dauerhafte Marketing- und Vertriebskooperation wollen sich beide Unternehmen zudem neue Kundengruppen für ihr jeweiliges Kerngeschäft erschließen. Reisende profitieren langfristig von einer starken Alternative zum Individualverkehr. Mittelständische FlixBus-Partner begrüßen die Übernahme als „positives Signal für Deutschlands Mittelstand“.

FlixBus ist 2013 als deutsches Startup im Rahmen der Markt-Liberalisierung gestartet und bietet mittlerweile mit 100.000 täglichen Verbindungen zu 900 Zielen in 20 Ländern ein europaweites Fernbusnetz. Die Deutsche Post DHL Group – weltweit führender Post- und Logistikkonzern - betreibt über ihre Tochtergesellschaft Deutsche Post Mobility und unter der Marke „Postbus“ aktuell Fernbuslinien zu 120 Zielen innerhalb Deutschlands und in Nachbarländer.

Grüne Alternative – Kunde profitiert von gesunder Konsolidierung

André Schwämmlein, FlixBus-Gründer und Geschäftsführer: „Postbus und FlixBus sind beide Qualitätsanbieter, haben aber bisher unterschiedliche Kundensegmente angesprochen. Wir möchten jetzt ein Produkt für alle Alters- und Zielgruppen bieten.“

Joachim Wessels, Geschäftsführer Deutsche Post Mobility: „Unsere Postbus-Kunden sind eingeladen, künftig mit FlixBus zu fahren, der über das größte deutsche und europäische Fernbusnetz verfügt.“

Bis Ende des Jahres wird FlixBus auch das regionale Angebot in Deutschland verstärken. Profitieren werden Kleinstädte, die bisher noch keinen Fernbus-Anschluss hatten.

André Schwämmlein: „Das Ziel sollte sein, dass Menschen vom Individualverkehr auf öffentliche Verkehrsmittel umsteigen. Hierzu braucht es ein attraktives Fernbus-Angebot auch in Regionen, keine

Parallelverkehre auf Metropolverbindungen. Der Kunde profitiert hier langfristig von einer gesunden Konsolidierung des Markts und einem starken Anbieter, der sein Netz nachhaltig betreiben kann.“

Übernahme als „positives Signal“ für Deutschlands Mittelstand

FlixBus setzt bei seinem Geschäftsmodell auf die Kooperation mit rund 250 mittelständischen Busunternehmen, meist Familienbetrieben aus der Region.

Harald Baumann, Fernbusunternehmer und Sprecher FlixBus-Partnergremium: „Wir als Busunternehmer und FlixBus-Partner begrüßen diesen Schritt im Hinblick auf eine gesunde Konsolidierung des Markts. Die Übernahme ist ein positives Signal für Deutschlands Mittelstand.“

André Schwämmlein: „Unsere Prioritäten sind das beste Angebot für den Kunden und ein nachhaltig profitables Geschäft für unsere Partner. Mit dem Erwerb des Postbus-Angebots stärken wir nun bewusst unser Kerngeschäft in Deutschland.“

Nachhaltige Synergieeffekte durch langfristige Kooperation

Mittels einer langfristigen Vertriebs- und Marketingkooperation werden FlixBus-Produkte bis Ende des Jahres in 5.000 Partnerfilialen der Deutschen Post erhältlich sein. Produkte der Deutschen Post werden über FlixBus-Kanäle beworben. André Schwämmlein, Geschäftsführer FlixBus: „Wir setzen hier auf langfristige Synergieeffekte und die Zusammenarbeit mit dem Weltmarktführer im Bereich Logistik. So gewinnen wir kurzfristig eine neue Zielgruppe für unsere junge Marke und langfristig mehr Nutzer für nachhaltige Mobilität.“ Zudem läuft ein Express-Kurierservice als Pilotprojekt der Deutschen Post zwischen Hamburg und Berlin, bei dem DHL-Pakete taggleich mittels Fernbus versendet werden. Joachim Wessels, Geschäftsführer Deutsche Post Mobility: „Wir prüfen, wie wir diesen Service gemeinsam mit FlixBus ausweiten und taggleiche Versande mit dem Fernbus als attraktives Angebot im Logistikmarkt weiter etablieren.“

Digitalisierung eines traditionellen Verkehrsmittels: FlixBus etabliert sich in Europa

Im Jahr 2015 nutzten rund 20 Millionen Menschen den FlixBus durch Europa. Damit beförderte FlixBus mehr Reisende als der innerdeutsche Luftverkehr. Für 2016 rechnet FlixBus mit einem Fahrgastzuwachs von nochmals 50 Prozent auf 30 Millionen Kunden.

FlixBus setzt neben einem innovativen Geschäftsmodell auf die Digitalisierung eines traditionellen Verkehrsmittels. Durch Check-in per Smartphone, Buchung und Delay Management per App, GPS-Livetracking der Busse oder sein dynamisches Preissystem, unterscheidet sich FlixBus klar von seinen Wettbewerbern. Mit dieser Strategie hat der Anbieter im vergangenen Jahr erfolgreich nationale Netze in Frankreich, Italien und den Niederlanden etabliert. Aktuell expandiert FlixBus sein Erfolgsmodell nach Kroatien.

Pressekontakt:

Gregor Hintz

Leiter PR DACH

Tel.: +49 (0)30 - 983 208 214

Mobil.: +49 176 - 176 76 404

Mail: presse@FlixBus.de