

spezial

Insights

**Geschäftsbericht
2024**

**Zahlen
Daten
Fakten**

**... und wie wir
den ÖPNV noch
besser machen**

Gutes & Glanzvolles

bodo-Leistungsschau 2024

22.
Februar

bodo ist auf Google Maps

Ein schneller Blick auf den Routenplaner von Google Maps – und schon wird die nächste Verbindung mit Bus und Bahn zum Zielpunkt angezeigt. Trotz vieler Hindernisse haben wir es geschafft – dank einer guten Dosis an Verbissenheit und der Überzeugung, dass wir digitale Angebote schaffen müssen, die die Menschen gerne nutzen.



28.
März

Echtzeitdaten auf Google Maps

Nur wenige Wochen später erscheinen auch die Echtzeitdaten in Google Maps. Damit sind wir auf diesem wichtigen Informationskanal komplett. Wir sind uns sicher: Es lohnt sich, hierfür eigens Serverinfrastruktur anzuschaffen. Denn wir müssen unser Angebot dort präsentieren, wo die Menschen es suchen.



WANGEN IM ALLGÄU
LANDESGARTEN
SCHAU 2024

26.
April

Landesgartenschau in Wangen

Ein Kraftakt nicht nur für die Allgäustadt, sondern auch für unseren ÖPNV. Mit neuen Haltestellen, eigens darauf abgestimmten Fahrplänen und attraktiven Kombitickets leisten Verbund und Verkehrsunternehmen bis in den Herbst hinein gemeinsam Großes. Besonderes Highlight: Fahrplanmäßiger ÖPNV mit einem Cabrio-Doppeldeckerbus der Firma Sohler. Begeisterte Besucher und rekordverdächtige Verkaufszahlen beim Kombiticket sind der Lohn.



14.
Mai

Kundencenter Lindenberg eröffnet

Als Bestandteil des neuen Regionalbusangebots im Landkreis Lindau betreibt die Firma Burkhard e. K. ein attraktives Kundencenter in zentraler Lage von Lindenberg. Eine weitere starke Gelegenheit, das bodo-Nahverkehrsangebot noch bekannter zu machen und den Fahrgästen einen wertvollen, persönlichen Service zu bieten.



22.
Juli

Neue bodo-App geht live

Barrierefrei, intuitiv, auf neuestem technischem Stand – und Tickets bekommt man damit auch. Die bisherige bodo-App war in die Jahre gekommen und zu wenig leistungsfähig. Gemeinsam mit dem Nachbarverbund DING haben wir etwas ganz Neues entwickelt.



1.
August

Tarifanpassung

Um durchschnittlich 7,9 Prozent steigen die Preise für Fahrscheine des bodo-Tarifs. Unangenehm, aber notwendig. Wer jedoch auf die **eCard** umsteigt, spürt die höheren Kosten kaum, da die Rabattierung auf **30 %** je Einzelfahrschein angehoben wird. Und schon ab einigen Fahrten lohnt sich das Deutschlandticket. So federn wir die schlechten Nachrichten elegant ab und bieten selbst in diesem Kontext noch positive Aspekte.



26.
Nov.

Neuer Einnahmenaufteilungsvertrag

Die 17. und letzte Sitzung der AG Einnahmenaufteilung markiert das Ende eines vierjährigen Beratungsprozesses zur methodischen Ausgestaltung einer nachfrageorientierten Einnahmenaufteilung und bringt eine Durchführungsrichtlinie sowie einen neuen Einnahmenaufteilungsvertrag als Ergebnis hervor, die ab 1.1.2026 zur Umsetzung gelangen.



15.
Okt.

Aufsichtsrat beschließt Digitalisierungsstrategie

Mindestens 1,4 Millionen Euro investieren die bodo-Gesellschafter bis 2028 in das Vorantreiben der Digitalisierung im Verbund – und damit in einen besseren Nahverkehr. 22 Einzelprojekte umfasst die Strategie. **Einfacherer Ticketkauf, bessere Einkünfte und stabilere Anschlussverbindungen** stehen unseren Fahrgästen damit in Aussicht.

15.
Dez.

Großer Fahrplanwechsel

Auf der Schiene profitiert vor allem der östliche Bereich des Verbundgebiets: Die **RB-Linie** Friedrichshafen – Lindau fährt nun endlich auch in den Abendstunden, der **Knoten Lindau** wird leistungsstärker und dank verlängerter Bahnsteige können zwischen Memmingen und Lindau nun doppelt so lange Züge eingesetzt werden. Im **Regionalbusverkehr** verbessern die Landkreise erneut ihr Angebot in Form von mehr umsteigefreien Verbindungen, kürzeren Reisezeiten, mehr Klarheit in den Fahrplänen und optimierten Linienwegen. Aufgabenträger, Verkehrsunternehmen und Verbund ziehen an einem Strang.



2025

Gute Leute in einem starken Team

Highlights aus den Fachbereichen



Assistenz der Geschäftsführung

»» Einige Optimierungen konnten erreicht werden. Dazu zählen z. B. die Terminierung von Gremien und Arbeitskreisen als auch das Zusammenwirken mit unserer Buchhaltung. Die Bedienung der bodo-Cloud wurde einfacher und verständlicher. Parallel dazu ist, gemeinsam mit weiteren Teams, eine Wissensdatenbank entstanden, die den Mitarbeitenden eine zentrale Unterstützung bietet: zur Einarbeitung, zur Problemlösung sowie zu Wissenssicherung und Wissensweitergabe. Interne Abläufe wurden damit spürbar verbessert. ««

Maren Lüke



Digitalisierung & Daten

»» Ein schönes Highlight war die Einführung der bodo-App zum Juli 2024. Vollgepackt mit wichtigen Funktionen für unsere Fahrgäste und dabei sehr schick und modern. Darauf sind wir alle stolz. Grundsätzlich trägt die Digitalisierungsstrategie erste Früchte in den Bereichen Tarif, Vertrieb, KI und Datenmanagement. Wir leben das nun bereits ein Jahr und ziehen ein sehr positives Feedback. Next step: Wir machen die Ergebnisse sichtbar. ««

Yunus Canlier | Hannes Gasser | Daniel Holz | Hans-Jörg Rapp

Highlights aus den Fachbereichen

eCard-Vertragsmanagement

» Ein wichtiges Jahresziel war es, die monatlichen Abrechnungen zuverlässiger zu erstellen. An einigen Stellschrauben wurde gedreht, die Kommunikation mit allen Beteiligten wurde aktiver gestaltet und mehr Monitoring und Verbindlichkeit eingefordert. Das brachte uns wieder eine große Portion Kundenvertrauen. «

Heike Hess



Fahrplan & Haltestellen

» Ein Highlight war die Verbesserung der Echtzeitquoten auf 95 Prozent. Zudem konnten fast alle Haltestellen für den Bereich „Barrierefreie Fahrplanauskunft“ erfasst werden. Das neue Ereignismanagement, mit dem wir unsere Fahrgäste in Echtzeit informieren, konnte in einen Live-Testbetrieb gehen. Richtig gut waren auch die deutlichen Automatisierungsfortschritte. Das brachte uns einige Vorteile im hektischen großen Dezember-Fahrplanwechsel. Ein sichtbares Ergebnis der Programmweiterentwicklungen waren Fahrplanaushänge mit der sogenannten Perlschnurgrafik. Diese Gestaltung ist nun deutlich kundenfreundlicher und informativer. «

Thomas Anweiler | Dennis Braunbarth | Siegfried Wolf



Kundenservice

» Wir haben unsere Zusammenarbeit mit modernen Kommunikationstools auf eine neue Stufe gestellt um den Kunden noch mehr Servicequalität bieten zu können. Der genaue Blick in die Telefonstatistik brachte zudem Klarheit und zeigte Optimierungspotentiale, die wir schnell zum Vorteil unserer Fahrgäste umsetzen konnten. Unser Ansporn: wir wollen den Kundenservice noch moderner, digitaler und effizienter gestalten. «

Agathe Gehring | Maren Lüke | Nevin Sayman | Irene Schneider

Highlights aus den Fachbereichen

« Im ÖPNV braucht man Leute, die nicht nur Fachwissen mitbringen, sondern auch mit **Überzeugung und Leidenschaft an einem besseren Nahverkehr arbeiten.**

Mein bodo-Team ist von diesem Schlag. Dafür bin ich täglich dankbar. Denn nur mit einem starken Team kommen wir voran. »

Bernd Hasenfratz,
Geschäftsführer



Marketing

» bodo wird jünger! Über Google-Werbung konnten wir einen neuen Weg für die Kommunikation zu unseren Tickets und Linien gehen. Wir erreichen damit die Fahrgäste dort, wo sie sind – am Handy – und stärken unser Bild auch bei jüngeren Menschen. Mit einer landkreisscharfen google-Kampagne im Herbst 2024 konnten wir beispielsweise eine Reichweite von 1,9 Mio erreichen sowie rund 39.000 Landingpage-Klicks. Damit haben 10 % der Einwohner durch Klicken Interesse gezeigt und die Informationen direkt aufgenommen. «

Kathrin Fischer



Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

» Öffentlicher Nahverkehr ist ein öffentliches Thema. Deshalb müssen wir mit der Öffentlichkeit in Beziehung bleiben, Fragen beantworten, aber auch aktiv Themen setzen. Wichtige Partner dabei sind die Medien, zu denen wir guten Zugang haben. Im Jahr 2024 haben wir 38 Pressemitteilungen herausgegeben, 11 Ausgaben der bodo-insights versendet sowie zahlreiche Presseanfragen beantwortet und Journalistengespräche geführt. Die Öffentlichkeit interessiert sich für uns – und wir platzieren unsere Botschaften mit Erfolg. «

Felix Löffelholz



Verbundabrechnung

» Das Deutschlandticket hat für unsere Kunden Vereinfachungen gebracht, die Abrechnung im Hintergrund ist jedoch komplexer geworden, u. a. durch zusätzliche Anforderungen wie das monatliche Einnahmenclearing auf Bundesebene. Das Clearing wurde weiter ausgebaut und auf Stufe zwei vorbereitet. Das Deutschlandticket JugendBW hat sich fest etabliert. Für uns waren das große Herausforderungen mit gleichzeitig vielen Gestaltungsmöglichkeiten. «

Alexander Krebs | Hannes Severloh



Highlights aus den Fachbereichen



Geschäftsleitung

»» Unsere **Digitalisierungsstrategie** ist für uns ein echter Meilenstein. Mit viel Engagement und Teamgeist haben wir sie im ersten Halbjahr entwickelt – und am 15. Oktober vom Aufsichtsrat verabschieden lassen. Sie umfasst 22 Projekte mit einem Gesamtvolumen von über 1,4 Mio. Euro bis Ende 2028. Der Launch der neuen bodo-App zeigt bereits, wie greifbar Fortschritt sein kann.

Doch für uns bedeutet Digitalisierung mehr als Technik – sie steht für Wandel, für neue Denkweisen und für bessere Services. Deshalb haben wir auch unsere internen Prozesse und die Dienstleistungsqualität im ÖPNV konsequent und als Team in etlichen Workshops weiterentwickelt. Das gemeinsam erarbeitete **Qualitätshandbuch** ist dabei nicht nur ein Dokument, sondern ein Fundament für unser zukünftiges Handeln.

2024 war ein Jahr der Weiterentwicklung: Wir haben unser Team gestärkt, moderne Projektmanagementstrukturen etabliert, neue Kommunikationsformate eingeführt und mit „**Objectives and Key Results**“ eine zukunftsorientierte Managementmethode fest verankert. Gemeinsam gestalten wir den Wandel – mutig, strukturiert und mit klarem Fokus auf unsere Kundinnen und Kunden. ««

Anne Hackert | Bernd Hasenfratz | Hans-Jörg Rapp

FAKTEN

Faktenlage

Das Geschäftsjahr 2024 in Zahlen

40.532.294 Personen

haben die Verkehrsunternehmen im bodo im Jahr 2024 befördert.

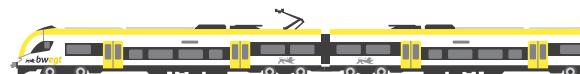
Davon entfallen

19.126.772 auf **Ausbildungsverkehr**



6.228.409 auf **Gelegenheitsverkehr**

15.177.113 auf **Berufsverkehr**



**Vergleichen wir das mit dem Vorjahr
(Geschäftsjahr 2023):**

Insgesamt verzeichnen wir 6,8%
mehr beförderte Fahrgäste.

**In den einzelnen
Segmenten:**

- im **Ausbildungsverkehr** + 1,7 %
- im **Gelegenheitsverkehr** - 10,7 %
- im **Berufsverkehr** + 24,7 %

Hinweis: Die Fahrgastzahlen basieren auf statistischen Nutzungshäufigkeiten und sind ohne die Deutschlandticket-Nutzungen anderer Anbieter wie der DB gerechnet.

FAKTEN

Verkaufszahlen



Eingeführt im Mai 2023, hat sich das Deutschlandticket im Jahr 2024 etabliert. Hier die Entwicklung der Deutschlandticket-Verkäufe in unserem Verbund. 444.343 Deutschlandtickets wurden von den Abocentern im Verbund im Berichtsjahr verkauft.

Monat	Stückzahl
Januar 2024	36.412
Februar 2024	35.618
März 2024	38.272
April 2024	38.897
Mai 2024	39.948
Juni 2024	42.538
Juli 2024	39.334
August 2024	16.136
September 2024	39.042
Oktober 2024	38.088
November 2024	41.375
Dezember 2024	38.683
Januar 2025	44.470
Februar 2025	45.300
März 2025	43.067
April 2025	43.159

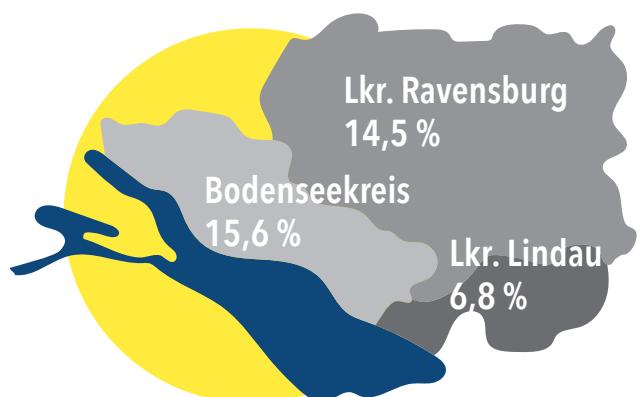


Fazit: Im Jahresverlauf 2024 zeigt sich eine steigende Tendenz. Der Einbruch im August erklärt sich durch die Sommerferien. Denn: Der Bezugspreis für das Deutschlandticket JugendBW wird beim überwiegenden Teil der Schüler nur elfmal jährlich abgebucht – und eben nicht im August. Nutzbar ist es trotzdem ganzjährig.

Verbreitung

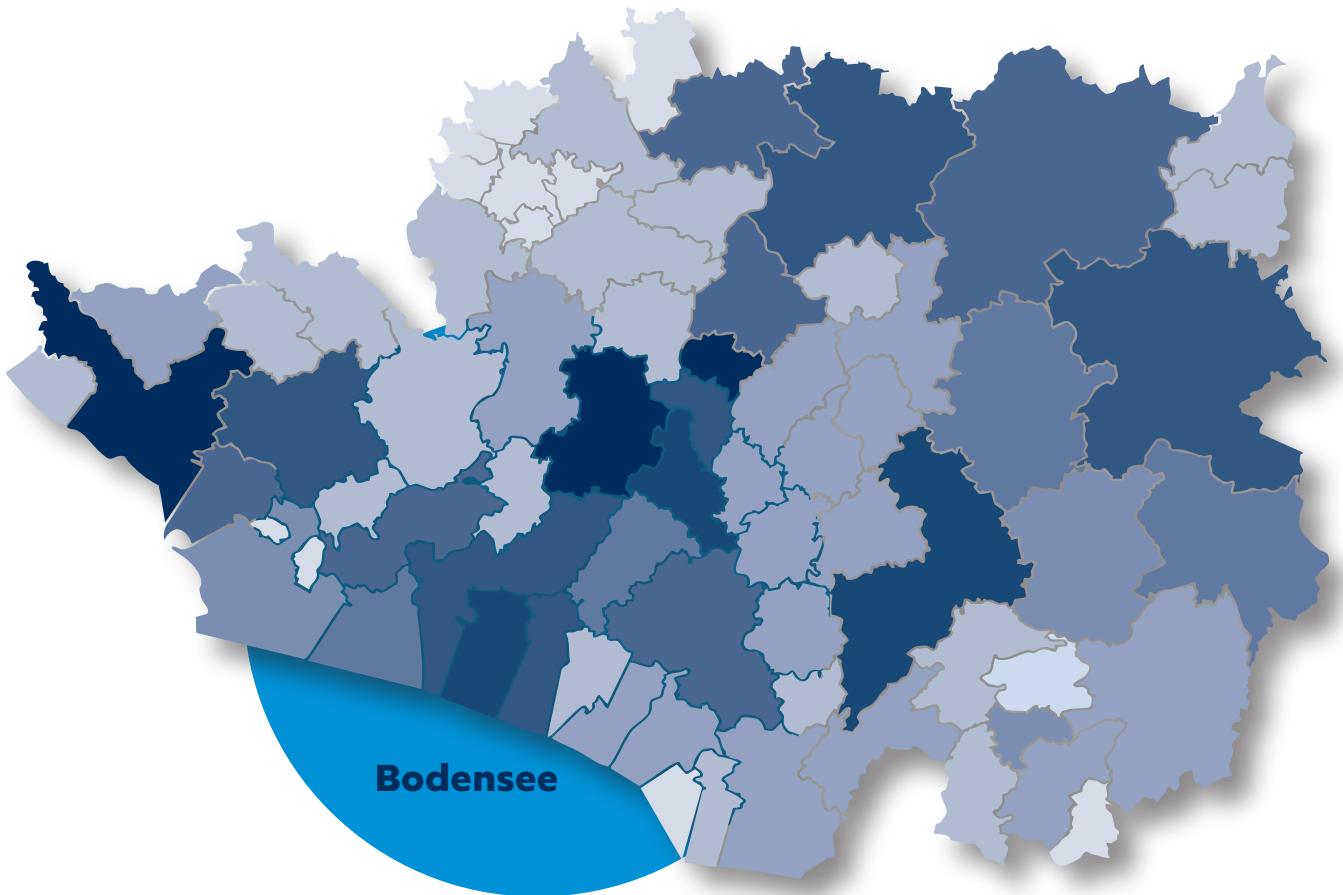
Durchschnittlich **83.182 Personen** im bodo-Verbundgebiet, das entspricht **13,8 Prozent** der Bevölkerung, besaßen im Jahr 2024 ein Deutschlandticket.

Aufgeschlüsselt nach Landkreisen:



FAKTEN

Verbreitung des Deutschlandtickets, aufgeschlüsselt nach Gemeinden. Stückzahlen pro Monat nach Postleitzahl im Verbundgebiet:



« Wir stehen zum Deutschlandticket. Wir wollen es behalten und keinesfalls zurück in die alte Welt der bodo-Abos. Aber wir brauchen auch Sicherheit, dass es damit weitergeht. Die ständige Unsicherheit – mal akut und mal latent – lähmt und bremst uns. Ohne eine verlässliche Grundlage ist es kaum möglich, belastbar in die Zukunft zu planen. »

**Bernd Hasenfratz,
Geschäftsführer**



PLZ	Anzahl	PLZ	Anzahl	PLZ	Anzahl	PLZ	Anzahl
88131	486	88048	2198	88326	2109	88267	742
88179	91	88045	3232	88273	859	88276	795
88161	931	88046	2403	88281	765	88374	134
88175	427	88696	999	88364	691	88239	2812
88138	610	88099	493	88213	3665	88289	640
88171	563	88097	836	88214	3281	88371	284
88149	194	88699	628	88212	2746	88376	127
88145	379	88079	1367	88287	617	88250	4121
88178	315	88069	2344	88316	1096	88339	2517
88138	610	88718	335	88260	872	88368	404
88167	616	88085	1518	88353	1314	88147	263
88142	362	88690	1823	88279	638	88299	2292
78354	426	88719	240	88370	174	88319	447
88090	1436	88074	1951	88284	790	88377	102
88697	932	88633	685	88373	73	88271	772
88094	765	88682	2272	88379	75	88361	695
88677	2023	88709	1220	88255	2137		
88693	791	88263	1162	88317	456		
88662	3605	88285	531	88410	1881		

Quelle der Verbreitungsdaten: DfTx Monitor

FAKTEN

Fahrgeldeinnahmen

37.592.379,03 Euro

betragen die Fahrgeldeinnahmen im Jahr 2024.



Davon entfallen

21.621.801,30 Euro auf das Deutschlandticket (57,52 %) D-TICKET

Die Einnahmen in den einzelnen Segmenten verteilen sich wie folgt:

14.993.433,19 Euro auf den Gelegenheitsverkehr (39,9 %)

11.967.200,99 Euro auf den Berufsverkehr (31,8%)

10.631.744,85 Euro auf den Schülerverkehr (28,3 %)

Vergleichen wir das mit dem Vorjahr
(Geschäftsjahr 2023):

Wir verzeichnen einen Rückgang um 8,27 % bei den Einnahmen, was auf das Deutschlandticket zurückzuführen ist, welches erstmals auf ein gesamtes Geschäftsjahr wirkt. Staatliche Ausgleichszahlungen kompensieren das. Diese Zuschüsse und Fahrgeldersatzleistungen sind in den dargestellten Fahrgeldeinnahmen nicht enthalten.



Talente im Team

Personelle Entwicklung der bodo-Geschäftsstelle

Willkommen

- **Hannes Gasser** konnten wir als großartiges Talent für den Bereich Vertriebsmanagement gewinnen.
- **Hannes Severloh**, vormals als Werksstudent bei bodo beschäftigt und schon damals eine herausragende Bereicherung für unser Team, begrüßen wir jetzt als regulären Mitarbeiter auf einer befristeten Stelle.

Neue Aufgaben

- **Maren Lüke** hat die Assistenz der Geschäftsführung – und damit zusätzliche Tätigkeiten – übernommen.
- **Daniel Holz** ist nun auch als Verbundreferent tätig und damit in viele strategische Themen der Geschäftsführung involviert.

- **Dennis Braunbarth** übernimmt, im Zuge einer Anpassung seines Stellenprofils, nun auch wichtige Aufgaben im Projekt- und Qualitätsmanagement.

Abschied

- **Felix von Grebe** hat seine Tätigkeit auf eigenen Wunsch beendet.



Gute Aussichten

Vorschau 2025

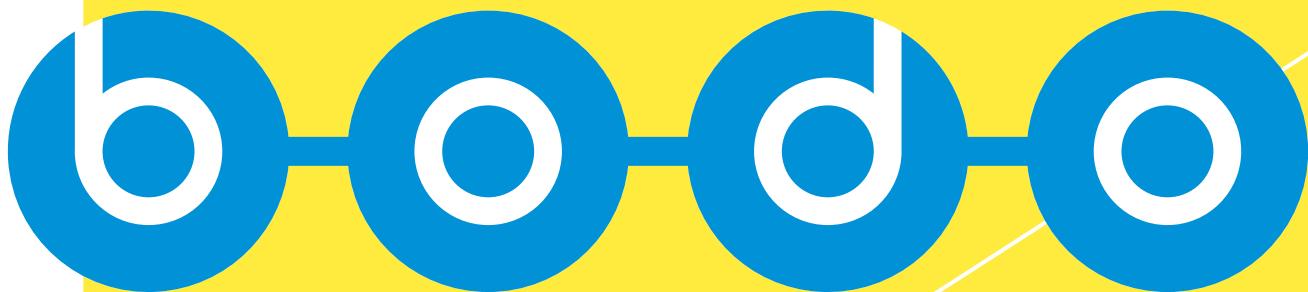
Wenn der Geschäftsbericht 2024 im Sommer 2025 erscheint, wenn alle Zahlen vorliegen und die Bilanz steht, hat sich die bodo-Welt schon wieder ein Stückchen weitergedreht. Ein kurzer Blick ins laufende Jahr:

- Das **Qualitätshandbuch** mit 22 Arbeitspaketen ist erstellt.
- Ein neuer, vielfältig zusammengesetzter **Fahrgastbeirat** mit 17 ehrenamtlichen Mitgliedern ist gegründet.
- Ein Team aus rund 50 ehrenamtlichen **Quality-Scouts** ist gebildet.
- Die neue **bodo-Gremienstruktur** ist gesetzt und wird gelebt.



« Im Jahr 2024 haben wir dem Verbund eine neue Richtung gegeben: Einfacher, besser und digitaler muss unser Nahverkehr werden, damit wir den Menschen die Mobilität bieten können, die sie brauchen – und die sie auch verdienen. Das wird nicht über Nacht gehen, sondern Schritt für Schritt. Erste, zündende Ergebnisse haben wir im selben Jahr bereits verzeichnet. Für 2025 und die Folgejahre sind die Aussichten, dank der jetzt gelegten Basis, und auch dank motivierter und engagierter Gesellschafter, sehr gut. »

Bernd Hasenfratz
Geschäftsführer



Impressum

Herausgeber:

Bodensee-Oberschwaben Verkehrsverbund GmbH

Bahnhofplatz 5
88214 Ravensburg
Tel. +49 751 36141-41
info@bodo.de
www.bodo.de

Geschäftsführer:
Bernd Hasenfratz

Vorsitzender des Aufsichtsrats:
Landrat Luca Wilhelm Prayon

Redaktion (v. i. S. d. P.):
Felix Löffelholz

Fotografie:
Lena Kessler

Herstellung:
ciwi-design, 88090 Immenstaad

Im Sinne des Nachhaltigkeitsgedankens und der firmeneigenen Digitalisierungsstrategie erscheint dieser Geschäftsbericht ausschließlich in digitaler Form.

regional verbunden.