

FlixBus siktar på USA-expansion – tar steget från att vara en start-up i Europa till att bli en global spelare

- ++ Första teamet på plats - nytt huvudkontor i Los Angeles, USA
- ++ Amerikanska transportindustrin genomgår stora förändringar - smart mobilitet viktigare än någonsin
- ++ Stark affärsmodell – samarbete med lokala SMF-företag
- ++ Stora expansionsplaner Sverige – mångdubbla avgångar 2018



Stockholm/Los Angeles, 08.11.2017 – Europas ledande expressbussleverantör överväger att göra en marknadsentré i USA. Efter att ha etablerat närvaro i 26 europeiska länder, vill FlixBus ta sin affärsmodell vidare till USA. Samtidigt växer de svenska och västerländska nätverken. Planer för Sverige under det kommande året är att växa med mångdubbla avgångarna.

Det fyra år gamla företaget vill nu röra sig mot Silicon Valley. André Schwämmlein, grundaren och Vd:n för FlixBus: "Det pågår en stor förändring i den amerikanska transportindustrin – kollektivtrafik och hållbara resor blir alltmer viktigare. FlixBus vill vara en del av den framtida utvecklingen och erbjuda amerikanska passagerare ett budgetvänligt och ekologiskt resealternativ."

FlixBus har funnits ganska länge i Europa som ett smart mobilitetsalternativ tack vare dess unika affärsmodell. Affärskonceptet bygger på ett nära samarbete med lokala SMF-företag och bidrar därmed till det lokala näringslivet. Nätverket i USA kommer att uppstartas med samma princip.

Med kontor i Berlin, München, Stockholm, Paris, Zagreb, Milano, Amsterdam, Aarhus, Prag och Budapest kan FlixBus nu lägga till Los Angeles på listan.

Ett mindre team är redan på plats och ansvarar för utvecklingen av den amerikanska huvudkontoret.

Svenska och europeiska expansionen: fler avgångar och resmål

FlixBus har ambitiösa tillväxtplaner för Sverige och planerar att växa både när det gäller antalet avgångar och nya busspartners. Dessutom tillkommer utökade reseerbjudanden till andra europeiska resmål – som till exempel Oslo, Köpenhamn och andra städer i Europa.

”Vi vill erbjuda smart och grön mobilitet för alla. Under 2018 kommer många befintliga relationer att utvecklas, nya turistdestinationer kommer att integreras till nätverket och mindre städer kommer att få bättre förbindelser.” Berättar Schwämmlein. ”Vi kan bli framgångsrika i USA endast om vi har en välfungerade europeisk marknad.”