infas

Evaluation Deutschlandticket

Erster Zwischenbericht
November 2024

Im Auftrag des Bundesministeriums für Digitales und Verkehr (BMDV)

infas Institut für angewandte Sozialwissenschaft GmbH

Kurt-Schumacher-Straße 24
53113 Bonn
T +49 (0)228 38 22-0
F +49 (0)228 31 00 71
info@infas.de
www.infas.de

in Kooperation mit

ISB Lehrstuhl und Institut für Stadtbauwesen und Stadtverkehr | RWTH AACHEN UNIVERSITY

TECHNISCHE UNIVERSITÄT DRESDEN

mobilité Unternehmensberatung

Bericht an

Bundesministerium für Digitales und Verkehr
Referat G15 - Personenverkehr, Öffentliche Verkehrssysteme
Invalidenstr. 44
10115 Berlin

Projekt

7992
Bonn, November 2024
Fr, He, Eb, My

Vorgelegt von

infas Institut für angewandte
Sozialwissenschaft GmbH
Kurt-Schumacher-Straße 24
53113 Bonn

infas ist zertifiziert
nach ISO 20252 für die Markt-,
Meinungs- und Sozialforschung

Kontakt

Robert Follmer
Bereichsleitung Mobilitäts- und Regionalforschung

Tel. +49 (0)228/38 22-419
Fax +49 (0)228/310071
E-Mail r.follmer@infas.de

infas ist Mitglied im
Arbeitskreis Deutscher Markt- und
Sozialforschungsinstitute e.V.
(ADM) und ESOMAR

Autoren

Bernd Ermes, Robert Follmer, Stefan Heider, Marc Schelewsky (infas)
Niklas Höing, Tobias Kuhnimhof, Conny Louen (ISB/RWTH Aachen)
Niklas Bark, Hendrik Koch, Christina Plotz, Jörg Sarnes (mobilité)
Stefan Hubrich (TU Dresden)

© infas Institut für angewandte Sozialwissenschaft GmbH
Der Inhalt dieses Berichts darf ganz oder teilweise
nur mit unserer schriftlichen Genehmigung veröffentlicht,
vervielfältigt, gedruckt oder in Informations- und
Dokumentationssystemen (information storage and
retrieval systems) gespeichert, verarbeitet oder ausgegeben
werden.

Vorbemerkung

Der vorliegende Zwischenbericht stellt den aktuellen Arbeits- und Erhebungsstand Anfang November 2024 vor, beschreibt die bisherigen Arbeitsschritte und liefert einen Einblick in die ersten Ergebnistrends. Diese werden in neun Kapiteln dargestellt. Das abschließende Kapitel hat dabei sowohl die Funktion einer ersten Bewertung als auch einer Zusammenfassung. Diese Berichtsreihe wird 2025 mit aktualisierten Ergebnissen fortgesetzt.

Zusätzlich liegen eine Präsentation der zentralen Ergebnisse sowie ein Tabellenband vor, der alle Befragungsergebnisse im Detail ebenfalls mit dem Stand Anfang November 2024 dokumentiert.

infas - Institut für angewandte Sozialwissenschaft GmbH
und das weitere Projektteam

Dezember 2024

ISB Lehrstuhl und Institut für Stadtbauwesen und Stadtverkehr | RWTH AACHEN UNIVERSITY
TECHNISCHE UNIVERSITÄT DRESDEN
mobilité Unternehmensberatung

Inhaltsverzeichnis

1	**Einleitung und aktueller Stand**	**7**
2	**Ticket-Nachfrage und erste Ergebnisse zu verkehrlichen Wirkungen**	**13**
3	**CO2-Wirkungen**	**21**
4	**Teilhabewirkungen des Deutschlandtickets**	**29**
5	**Potenziale des Deutschlandtickets, Ticketfamilie und mögliche Zusatznutzen**	**32**
6	**Exkurs nach Wien & mehr**	**44**
7	**Vertriebliche Perspektiven**	**47**
8	**Aufgabe Einnahmeaufteilung und Abgeltung des Tickets**	**51**
9	**Was sagen die anderen?**	**55**
10	**Nicht nur eine erste Zusammenfassung - mehr Mut und mehr Geld?**	**59**
Anhang		**62**

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1	AP-Struktur und Übersicht zu den zentralen Aufgaben der Evaluation	7
Abbildung 2	Empirische Basis - eigene Primärerhebung und weitere Quellen	8
Abbildung 3	Beispiel einer Tabellenbandseite	10
Abbildung 4	Übersicht Datengrundlagen und Beitrag zu den operativen APs	12
Abbildung 5	Regionale Verbreitung des Deutschlandtickets	14
Abbildung 6	Bisheriger Hochlauf Deutschlandticket	14
Abbildung 7	Varianten Deutschlandticket-Besitz	15
Abbildung 8	Anteile Deutschlandticket-Besitz in verschiedenen Gruppen	16
Abbildung 9	Nutzungshäufigkeit des ÖPNV in Abhängigkeit vom normalerweise genutzten Ticket	16
Abbildung 10	Üblicherweise genutztes Verkehrsmittel auf dem Weg zur Arbeit in Abhängigkeit vom Deutschlandticket-Besitz	17
Abbildung 11	Nutzungszwecke im Deutschlandticket (MiD 2024 vorläufig)	18
Abbildung 12	Selbsteinschätzungen zur Nutzungsänderung durch das Deutschlandticket	19
Abbildung 13	Wegezweckverteilung der in der Primärerhebung erfassten Deutschlandticket-Wege und der motorisierten Wege	20
Abbildung 14	Treibhausgas-Emissionen Deutschland, 1990 bis 2023 nach Sektoren	21
Abbildung 15	Verkehrsmittelwahl ohne Deutschlandticket – Spannweiten der vorläufigen Jahresschätzung 2024	24
Abbildung 16	Veränderung der Aktivitätsmöglichkeiten in Abhängigkeit vom Deutschlandticket-Besitz	30
Abbildung 17	Veränderung der Aktivitätsmöglichkeiten in Abhängigkeit vom ökonomischem Status	31
Abbildung 18	Häufigkeit von Aktivitäten in Abhängigkeit vom Deutschlandticket-Besitz	32
Abbildung 19	Aktueller Stand zu Kaufsegmenten und Potenzial	33
Abbildung 20	Gründe gegen einen Deutschlandticket-Kauf	34
Abbildung 21	Akzeptanz von Elementen einer Deutschlandticket-Familie	37
Abbildung 22	Auszug aus den Tarifbestimmungen des Deutschlandtarifs (Stand 10.12.2023)	38
Abbildung 23	Im Simulationstool hinterlegte Preis-Absatz-Funktionen	42
Abbildung 24	Bewertung der vorgestellten Thesen	50
Abbildung 25	Mögliche Erlösmodelle	53

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1	Bisher realisierte Stichprobe pro Monat 2024	13
Tabelle 2	Berechnung CO2-Äquivalente, erste Schätzung für 2024	27
Tabelle 3	Binäres Logitmodell zum Deutschlandticket-Besitz	36
Tabelle 4	Annahmen und (Zwischen-) Ergebnisse zur Abschätzung der Effekte der Mindereinnahmen infolge kostenloser Kindermitnahme	39
Tabelle 5	Vergleich Effekt Mitnahmemöglichkeit mit Einnahmen und Zuschussbedarf	40

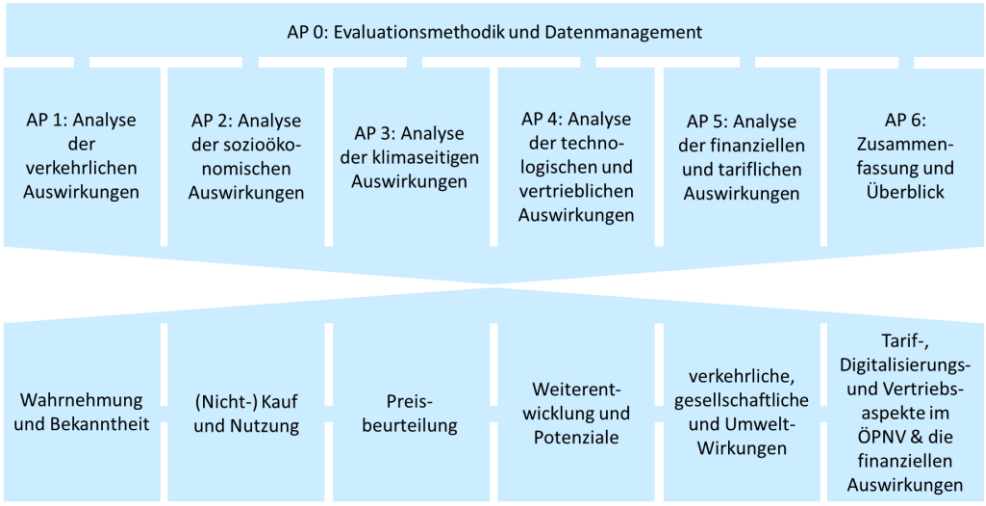
1 Einleitung und aktueller Stand

Die Evaluation des Deutschlandtickets wird im Auftrag des Bundesministeriums für Digitales und Verkehr (BMDV) durchgeführt und zielt darauf ab, einen umfassenden Einblick in die Nutzung, die Wirkung sowie die Potenziale des Deutschlandtickets zu gewähren. Die Studie basiert auf einer Zusammenarbeit verschiedener akademischer und praktischer Partner, darunter das Institut für angewandte Sozialwissenschaft (infas), das Institut für Stadtbauwesen und Stadtverkehr (ISB) an der RWTH Aachen, die Professur für Mobilitätssystemplanung an der TU Dresden und mobilité, ein Beratungsbüro für Verkehr und Mobilität.

Die Evaluation untersucht die Effekte des Deutschlandtickets aus verschiedenen Blickwinkeln, worunter nicht nur die direkten Auswirkungen auf den öffentlichen Verkehr, sondern ebenso Umweltwirkungen und soziale Effekte fallen. Die Studie adressiert dabei sowohl Personen mit als auch ohne Ticket und zielt darauf, umfassende Perspektiven und Potenziale für eine Weiterentwicklung des Deutschlandtickets zu erfassen.

Das Projektteam hat sich einer ersten Orientierung über vorläufige Thesen hinsichtlich des Deutschlandtickets gestellt, noch bevor die ersten Erhebungen stattfanden. Ein zentrales Element des Evaluationsprozesses sind darauf aufbauende inhaltliche und methodische Überlegungen zu Datenmanagement und Analyseverfahren. Es wurden sechs Arbeitspakete definiert, die sich über verschiedene Aspekte erstrecken, von der Analyse der verkehrlichen Auswirkungen bis zur finanziellen und tariflichen Bewertung (siehe Abbildung 1).

Abbildung 1 AP-Struktur und Übersicht zu den zentralen Aufgaben der Evaluation

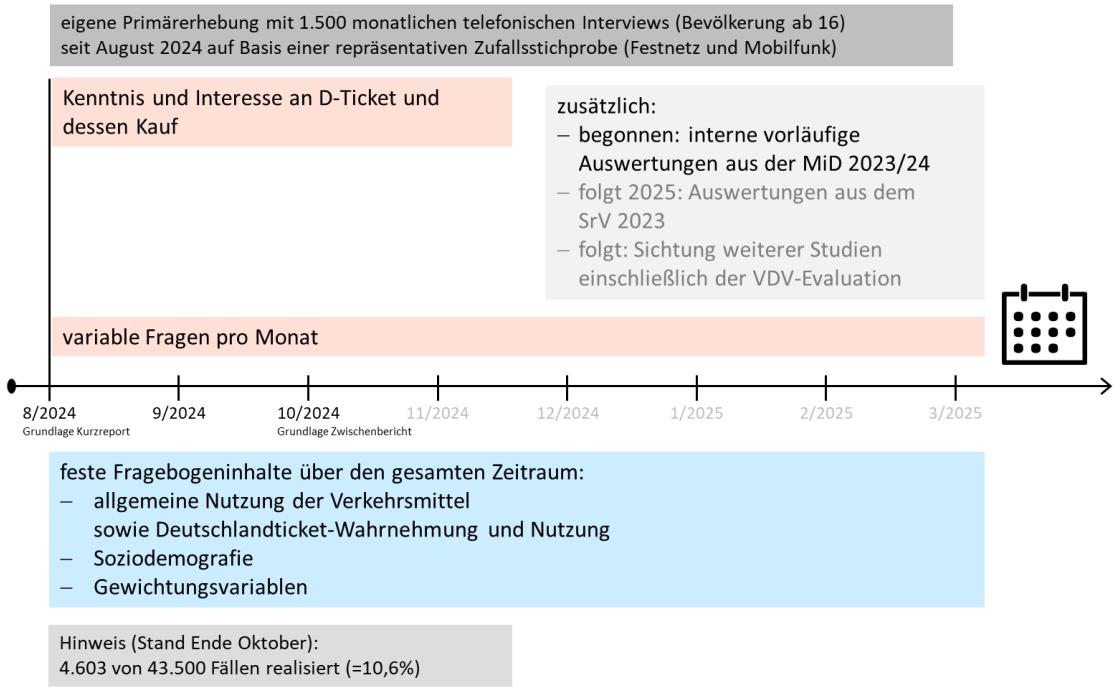


Das Projekt hat mit den Vorbereitungen im Juni 2024 begonnen. Die projekteigenen Erhebungen starteten im August 2024 und sollen über 29 Monate durchgeführt werden. Der Projektabschluss ist für Juni 2027 vorgesehen. Zentraler Bestandteil dieser Forschungsinitiative ist die umfassende Primärerhebung, die monatliche telefonische Interviews zu verschiedenen Aspekten des

Deutschlandtickets und dessen Wahrnehmung umfasst. Sie wird durch Sekundäranalysen aus weiteren bundesweiten Mobilitätserhebungen ergänzt, wie in der folgenden Abbildung 2 dargestellt.

Der Evaluationszeitplan sieht mehrere Zwischenberichte vor, die im November 2024, im April und Oktober 2025, im April und Oktober 2026, und schließlich im Dezember 2026 zum Abschluss der Datenerhebung führen, gefolgt von der Veröffentlichung des Abschlussberichts im Mai 2027 (siehe Abbildung 2).

Abbildung 2 Empirische Basis - eigene Primärerhebung und weitere Quellen



Zusammengefasst verfolgt die Evaluation des Deutschlandtickets das Ziel, fundierte Erkenntnisse über die Auswirkungen, die Akzeptanz und die Entwicklungspotenziale des Tickets zu gewinnen. Dies soll Entscheidungsträgerinnen und -trägern wertvolle Informationen zur Hand geben, die zur Optimierung des Angebots und zur Förderung nachhaltiger Mobilität beitragen können.

Um externe Arbeiten zum Deutschlandticket zu berücksichtigen, werden – so weit sinnvoll – veröffentlichte Ergebnisse aus anderen Studien zum Thema mit einbezogen, insbesondere in der zusammenfassenden Bewertung. Im Zentrum stehen dabei die parallelen und früher begonnenen Arbeiten des Verbands Deutscher Verkehrsunternehmen (VDV). Mit dem dortigen Team wird ein kontinuierlicher Austausch gepflegt.

Inhalte der Primärerhebung

Monatlich werden 1.500 telefonische Interviews mit Personen über 16 Jahren, sowohl mit als auch ohne Deutschlandticket, durchgeführt.

Der Fragebogen zur Evaluation des Deutschlandtickets deckt neben den soziodemografischen Fragen verschiedene Themen in unterschiedlichen Sektionen ab. So wird zu Beginn die allgemeine Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel abgefragt, bevor die Befragten zu ihrem Interesse am Deutschlandticket sowie dessen Kauf Auskunft geben. Vorherige Tarifangebote ohne das Deutschlandticket sowie autobezogene Einstellungen sind ebenso Thema wie eine Abfrage der letzten drei Fahrten mit dem Deutschlandticket im öffentlichen Verkehr, aber auch die letzten drei Pkw-Fahrten. Hierbei ist die Länge, die Verkehrsmittelwahl sowie der Zweck der Fahrt relevant. Die Handhabung des Tickets, Einstellungsmerkmale zur Nutzung des öffentlichen Verkehrs und zum Deutschlandticket sowie die sozialen Teilhabeaspekte sind weitere Merkmale des Fragebogens.

Darüber hinaus gibt es eine Sektion für flexible Fragestellungen, sodass zeitnah auf aktuelle Themen und Entwicklungen eingegangen werden kann. So wurden im Laufe der bisherigen Befragungen beispielsweise Fragen zur beschlossenen Preiserhöhung des Deutschlandtickets aufgenommen. Nach dem finalen Beschluss der Preiserhöhung wurden sich darauf beziehende Fragen nach einem angemessenen Preis für das Deutschlandticket, die bis zu diesem Zeitpunkt abgefragt worden waren, wieder herausgenommen.

Zusätzlich wurde ein System mit monatlich alternierenden Fragen entwickelt. Dieses System sorgt dafür, dass bestimmte Themenblöcke nur in ausgewählten Monaten abgefragt werden, während andere Themen dauerhafter Bestandteil des Fragebogens sind. Diese monatliche Variation erlaubt eine gezielte Fokussierung auf bestimmte Aspekte.

Schließlich können weitere Variablen dem Datensatz hinzugefügt werden, die auf Basis anderer abgefragten Variablen gebildet werden können. Beispielhaft hierfür ist die RegioStaR-Kategorisierung der Heimatgemeinde der Befragten oder der ökonomische Status des Haushalts als gewichtetes Haushaltseinkommen unter Berücksichtigung der Haushaltsgröße (u.a. Anzahl und Alter der Kinder im Haushalt).

Stichprobengrundlage

Als Stichprobengrundlage wird eine Dual-Frame-Zufallsstichprobe nach ADM-Design[1] eingesetzt. Hierbei werden sowohl zufällig generierte Festnetz- als auch Mobilfunknummern genutzt. Die Auswertung der Daten basiert auf der Kombination einer dem Stichprobenansatz adäquaten Designgewichtung mit weiteren Anpassungen an bekannte Verteilungen hinsichtlich soziodemografischer Kriterien wie Geschlecht/Alter, Bundesland, Haushaltsgröße, Migrationshintergrund,

[1] Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V.

höchstem Schul- und Ausbildungsabschluss, Größe der Wohnortgemeinde sowie der Wohnsituation (Miete oder Eigentum).

Zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Zwischenberichts sind gewichtete Daten aus den Monaten August, September und Oktober 2024 verfügbar, die auf einer Basis von 4.603 Interviews ermittelt wurden. Alle bisher gesammelten Ergebnisse der Haupterhebung sind in einem gewichteten und monatlich aktualisierten Tabellenwerk zusammengefasst, das der Auftraggeberin auf der gemeinsamen Plattform für den Datenaustausch zur Verfügung gestellt wird (siehe Musterseite in Abbildung 3).

Abbildung 3 Beispiel einer Tabellenbandseite

7992 BMDV - Evaluation Deutschlandticket

Tabelle 1.1 Fahrrad- / Elektrofahrradnutzung

Basis: Alle Befragten

Zeilen/%	Fallzahl (gewichtet)	Fallzahl (ungewichtet)	Fahrrad- / Elektrofahrradnutzung: täglich bzw. fast täglich	an einem bis drei Tagen pro Woche	an einem bis drei Tagen pro Monat	seltener als monatlich	nie bzw. fast nie	weniger
Gesamt	3069	3069	21	19	12	7	41	0
Geschlecht								
männlich	1504	1609	21	22	12	6	39	0
weiblich	1552	1452	22	15	12	9	43	0
Altersgruppen								
16-30 Jahre	519	229	18	15	15	11	42	0
31-40 Jahre	499	313	27	16	10	7	40	0
41-50 Jahre	450	443	21	27	16	8	28	0
51-60 Jahre	458	658	26	25	14	7	28	0
61-70 Jahre	546	737	21	18	11	8	43	0
über 70 Jahre	478	616	17	11	5	3	65	0
Ökonomischer Haushaltsstatus								
sehr niedrig	403	243	14	23	19	6	38	0
niedrig	449	386	23	19	13	9	37	0
mittel	771	828	18	18	12	6	46	0
hoch	929	957	24	18	10	7	42	0
sehr hoch	482	612	27	17	10	11	36	0
Schulbildung								
(Fach)Hochschulreife	1142	1781	25	21	16	8	31	0
Hauptschulabschluss	812	298	18	13	11	6	52	0
Realschulabschluss	721	744	22	22	8	8	40	0
kein Schulabschluss/anderer	394	246	18	17	10	7	49	0
Autonutzung								
täglich bzw. fast täglich	1513	1499	10	22	15	10	43	0
wöchentlich bis monatlich	1049	1151	32	19	9	4	36	0
seltener und nie bzw. fast nie	505	417	31	9	7	8	45	0
ÖPNV-Nutzung in Ihrer Region								
täglich bzw. fast täglich	411	334	16	15	10	11	48	0
wöchentlich bis monatlich	832	949	27	21	12	8	31	0
seltener und nie bzw. fast nie	1826	1785	20	18	12	6	44	0
Monate mit Deutschlandticket-Nutzung								
1-5 mal	121	97	35	11	23	6	26	0
6-10 mal	104	69	18	15	6	5	56	0
11-12 mal	320	356	24	23	6	11	35	0
Deutschlandticket-Besitz								
aktuell Besitz des D-Ticket	595	578	26	19	9	8	39	0
aktuell kein Besitz des D-Ticket	2325	2379	20	19	13	8	41	0
D-Ticket-Käufer-Segmente								
regelmäßige aktuelle Käufer	285	342	27	26	7	9	33	0
gelegentliche aktuelle Käufer	313	241	25	13	10	7	45	0
ehemalige Käufer	384	400	21	24	14	9	32	0
interessierte potentielle Käufer	379	335	22	15	20	11	32	0
eher nicht interessierte	1086	1119	23	19	11	7	40	0
sicher nicht interessierte	621	632	14	16	10	5	55	0
Region								
Metropolen	539	680	21	18	13	9	39	0
Regiopolen und Großstädte	411	440	24	16	14	9	37	0
Mittelstädte, städtischer Raum einer Stadtregion	739	727	20	22	11	7	41	0
kleinstädtischer dörflicher Raum einer Stadtregion	161	159	14	19	14	1	52	0
zentrale Städte einer ländlichen Region	186	173	31	15	11	4	40	0
Mittelstädte, städtischer Raum	390	369	22	20	11	11	37	0
kleinstädtischer, dörflicher Raum einer ländlichen Region	417	360	16	20	13	9	42	0
Mobilitätssegmente								
wenig-Mobile	183	151	0	0	16	6	78	0
Fahrrad-Orientierte	439	468	100	0	0	0	0	0
ÖPNV-Orientierte ohne Pkw-Führerschein	117	60	0	13	15	14	58	0
ÖPNV-Orientierte mit Pkw-Führerschein	157	161	0	24	15	7	54	0
täglich Pkw-Orientierte	1284	1267	0	25	18	10	47	0
seltener Pkw-Orientierte	246	277	0	0	14	6	79	0
vielfahrende Mischnutzer	287	295	75	3	1	6	16	0
gelegentlich fahrende Mischnutzer	352	386	0	34	7	7	32	0
Erhebungsmonat								
August	1535	1535	21	20	13	7	39	0
September	1534	1534	22	17	11	8	43	0

Adi1
Bitte geben Sie an, wie häufig Sie in der Regel die folgenden Verkehrsmittel nutzen.

7992 BMDV - Evaluation Deutschlandticket Oktober 2024

ggf. Filtertext (gibt an, welcher Gruppe die Frage gestellt wurde) und Zusatzhin-

Zeilenprozent gesamt

Ergebnis (Prozent) für Untergruppe

Anzahl realisierter Interviews in Untergruppen

Frageformulierung

Sekundärdaten Verkehrsmittelnutzung der Bevölkerung

Wichtige Sekundärdaten stellen die Basisdaten zur Verkehrsmittelnutzung 2023/24 dar, die über die Studien „Mobilität in Deutschland“ (MiD) und dem „System repräsentativer Verkehrsbefragungen“ (SrV) sowie nach Verfügbarkeit weitere Quellen nach Recherche oder direkter Verfügbarkeit berücksichtigt werden. So können beispielsweise die MOBICOR-Erhebung von infas und WZB aus dem Zeitraum von 2020 bis 2023 mit fünf Erhebungszeitpunkten eingebracht werden, die Ergebnisse zur Verkehrsmittelnutzung sowie des 9-Euro- wie Deutschlandtickets und zur Mobilitätsteilhabe enthält. Die MiD und SrV enthalten umfassende Basisdaten zur Verkehrsmittelnutzung in Deutschland sowie Angaben zur ÖPNV-Ticketnutzung in erheblichen Stichprobengrößen, die MiD zusätzliche Merkmale zur Wahrnehmung und Bewertung des ÖPNV und ebenfalls zur Mobilitätsteilhabe[2].

Vertriebs- und Verkaufsdaten aus dem „Datenmonitor“ oder weitere Quellen zum Deutschlandticket

Darüber hinaus werden insbesondere in den Arbeitspaketen 4 und 5 Verkaufsstatistiken über den Datenmonitor der Arbeitsgemeinschaft Deutschlandticket berücksichtigt. Dieser enthält Meldungen der Verkehrsunternehmen zu den Ticketverkäufen. Diese werden gesichtet, auf Plausibilität geprüft und soweit möglich im Projekt verwendet. Des Weiteren erfolgt eine laufende, systematische Recherche und Bestandsaufnahme weiterer Studien, Datensammlungen oder anderer Quellen außerhalb der projekteigenen Studien[3]. Eine Übersicht findet sich in Kapitel 10 dieses Zwischenberichts.

Expertengespräche

Ergänzende Expertengespräche liefern zusätzlichen Input zu technischen, tariflichen, vertrieblichen und finanziellen Auswirkungen aus Sicht der Verkehrsunternehmen und weiterer Beteiligter auf Anbieterseite. Die Experteninterviews wurden als leitfadengestützte halboffene Interviews mit auszählenden Experten zur Einschätzung der zuvor genannten Aspekte geführt. Eine konzeptionelle Beschreibung findet sich in der Ergebnisdarstellung von AP 4 und 5.

In der Summe wird damit in diesem Projekt eine außerordentlich umfassende Datengrundlage genutzt. Diese wird nach Inhalten, Instrumenten und Untersuchungsfragestellungen entlang der bereits in der Ausschreibung abgegrenzten

[2] Seit kurzem besteht zusätzlich die Möglichkeit für öffentliche Auftraggeber, auf Daten von Google Mobility zurückzugreifen. Wir sondieren und testen diese Möglichkeit zurzeit unterstützend zusammen mit der Stadt Hamburg als einem Aufstockungsauftraggeber der MiD, der mit Google erste Gespräche hierzu führt. Wir werden diese Option auch im Rahmen des geplanten Projekts prüfen und sofern möglich und sinnvoll, Daten aus dieser Quelle einbeziehen. Siehe auch unter https://insights.sustainability.google/ .

[3] Wir sehen auch eine Prüfung vor, ob die jüngsten Bereitstellungen von Google Mobility-Daten für wissenschaftliche und kommunale Planungszwecke für die Evaluationsaufgabe nutzbar sind (siehe auch https://insights.sustainability.google/). Dies betrifft vor allem die Entwicklung der ÖPNV-Nachfrage sowohl im städtischen wie auch ländlichen Raum. Hierzu entstehen zurzeit bereits in anderen Vorhaben des Anbieterteams erste Arbeitsbeziehungen.

Arbeitspakete systematisiert und hinsichtlich der Zuverlässigkeit und abgedeckter Zeiträume bewertet.

Die folgende Abbildung 4 stellt dieses Raster schematisch dar. In den Zeilen haben wir die Datenquellen aufgeführt. Die Spalten enthalten die inhaltlichen Schwerpunkte sowie die abgegrenzten Arbeitspakete (ohne die generellen Pakete 0 und 6). In der Matrix werden jeweils die Zuordnungen mit einem einfachen x und Schwerpunkte mit einem xx kenntlich gemacht. Zusätzlich werden für die projekteigene Empirie Ad-hoc-Fragestellungen berücksichtigt, über deren Verwendung dynamisch im Projektverlauf entschieden werden kann.

Abbildung 4 Übersicht Datengrundlagen und Beitrag zu den operativen APs

Baustein	Verkehrsmittelnutzung	Ticketnutzung	Alternative und CO2-Bilanz	Teilhabe	Kundenbindung	Technik, Vertrieb, Tarif		AP 1 Verkehr	AP 2 Teilhabe	AP 3 Umwelt	AP 4 Technik / Vertrieb	AP 5 Finanzen und Tarife
Bevölkerungsbefragung Querschnitt												
- Verkehrsmittelnutzung	xx	xx			x	Digitalisierung		xx				
- Ticketnutzung und Alternativen		xx	xx	x	x	Handhabung		xx	x	xx	x	x
- ÖPNV-Image und Einstellungen					xx	Einfachheit		x	x		x	x
Ticketnutzer Längsschnitt												
- Nutzung im Zeitverlauf und Multimodalität	x	xx	x	x	xx			x	x	xx		
- Teilhabe	x	x	x	xx	x				xx			
- Adhoc-Aspekte								x	x	x	x	x
MiD	x	x	x	x				x	x	x		
SrV	x	x	x					x				
MOBICOR	2020 bis 2023	2023 2022 9-Euro		2023 - auch Preisschwelle	2023			vor 08/24	vor 08/24			
Datenmonitor		xx			x			x			x	x
Expertengespräche						xx					xx	xx
weitere Quellen								x			x	x

2 Ticket-Nachfrage und erste Ergebnisse zu verkehrlichen Wirkungen

Bisher verfügbare Datengrundlage

Grundlage für die ersten Analysen im Rahmen dieses Zwischenberichtes sind die erfassten Daten aus den Primärerhebungen der Monate August, September und Oktober 2024. Die folgende Tabelle 1 zeigt die realisierte Stichprobe abhängig vom Erhebungsmonat sowie die Anzahl der erfassten motorisierten Wege sowie der Wege, die mit dem Deutschlandticket erfolgt sind. Ausreißer bei der Wegebetrachtung (z. B. bei Wegen aufgrund zu langer Wegelängen) wurden entfernt. Bei allen Auswertungen sind, so lange nicht anders angegeben, die Personen nach soziodemografischen Merkmalen gewichtet.

Tabelle 1 Bisher realisierte Stichprobe pro Monat 2024

Monat	realisierte Stichprobe (Personen > 16 J.)	Anzahl erfasster motorisierter Wege	Anzahl erfasster Wege mit D-Ticket
08/2024	1.535	*nicht erfasst*	1.153
09/2024	1.534	3.691	1.278
10/2024	1.539	*nicht erfasst*	1.436
Summe	**4.608**	**3.691**	**3.867**

Ein Blick auf die aktuelle Nachfrage und den Deutschlandticket-Besitz: Wer verfügt über ein Deutschlandticket und wer nicht?

Das Deutschlandticket als bundesweit verfügbares neues Tarifangebot im ÖPNV hat es geschafft, innerhalb weniger Monate zur beliebtesten ÖPNV-Zeitkarte im Bundesgebiet zu werden. Dennoch besteht weiterhin ein Potential der Nutzungssteigerung, da bei 13 bis 14 Mio. zum Jahrsende 2024 im Umlauf befindlichen Deutschlandtickets (nur) rund 20 Prozent der Befragten aktuell über ein Deutschlandticket verfügen. Datengrundlage ist hier die Abfrage des üblicherweise genutzten Tickets aus der MiD 2023/24. Diese ist tendenziell etwas höher als der tatsächliche, in der Primärerhebung gemessene Ticketbesitz, der bei rund 18% liegt. Weitere 13% geben in der Primärerhebung an, das Ticket schon einmal besessen zu haben. Zwischen den einzelnen Monatsstichproben lassen sich dabei Schwankungen dieses Anteils erkennen. Diese Schwankungen sind auf der einen Seite jahreszeitlich bedingt durch Ferien, auf der anderen Seite durch die bezogen auf einen einzelnen Monat kleine Stichprobe begründbar. Grundsätzlich entspricht der Anteil jedoch in etwa den schon kommunizierten Werten anderer Erhebungen zum Deutschlandticket[4].

[4] VDV (2024): 1 Jahr Deutschland-Ticket – Zentrale Ergebnisse der bundesweiten Marktforschung (https://www.vdv.de/240425-pm-d-ticket-geburtstag-anlage-faktenblatt.pdfx) oder unveröffentlichte Halbjahresberichte

Wird der Ticketbesitz regional unterschieden, zeigt sich eine Spannweite der Besitzquote zwischen über 30 Prozent in den Metropolen und elf Prozent in den kleinstädtischen, ländlichen Räumen[5]. Obwohl dieser Unterschied beachtlich ist, zeigt er doch, dass das Ticket auch außerhalb der Städte bei in der Regel geringerem ÖPNV-Angebot durchaus eine beachtliche Anzahl an Käuferinnen und Käufern findet (vgl. Abbildung 5).

Die MiD-Zeitreihe in Abbildung 6 zeigt den Anteil der Personen, die das Deutschlandticket als ihr *üblicherweise* genutztes Ticket angeben, also mit zeitweiligen Kündigern - und damit etwas höher als der tatsächliche Kauf pro Monat. Die aktuelle Kaufrate der Primärerhebung von August bis Oktober 2024 lag bei 18 % oder rund 13 Mio. gültigen Tickets. Weitere 13 % geben an, das Ticket schon einmal besessen zu haben, jetzt aber nicht mehr. Die Absprungrate ist also nicht zu unterschätzen.

Abbildung 5 Regionale Verbreitung des Deutschlandtickets

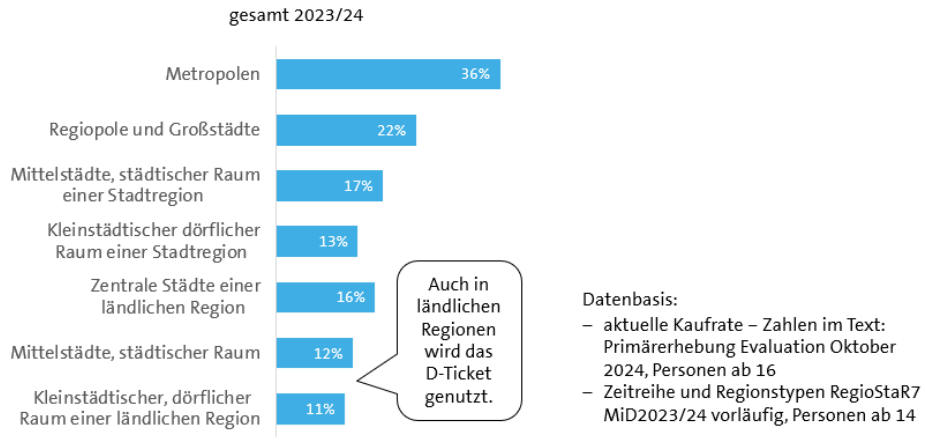
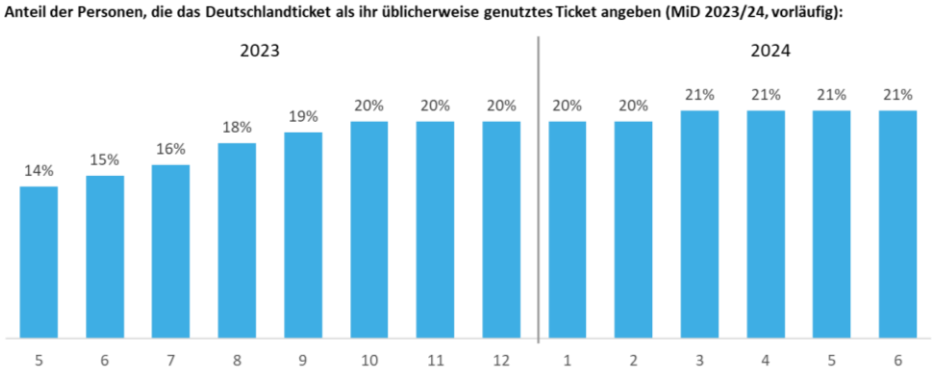


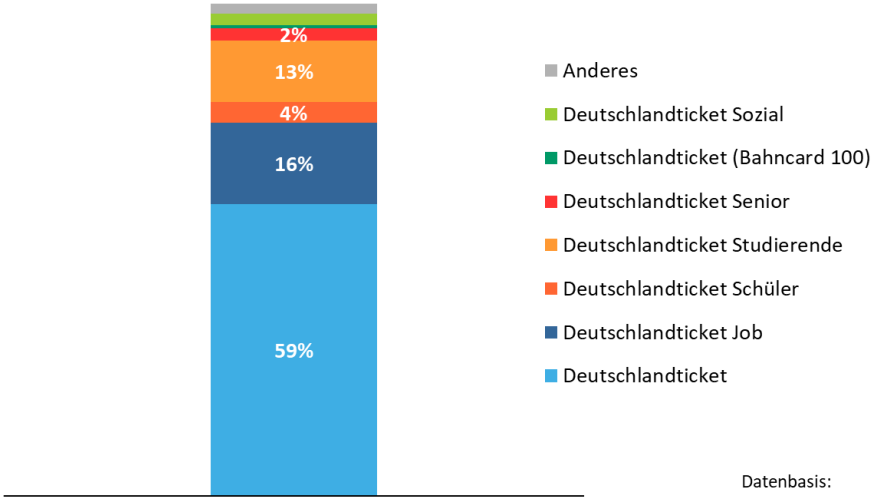
Abbildung 6 Bisheriger Hochlauf Deutschlandticket



[5] Nach RegioStaR7, einer Kategorisierung aus der regionalstatistischen Raumtypologie des BMDV, vgl. https://bmdv.bund.de/SharedDocs/DE/Artikel/G/regionalstatistische-raumtypologie.html

Wird nach Ticketvarianten differenziert, zeigt sich, dass etwa 60 Prozent der Besitzenden eines Deutschlandtickets über die reguläre Variante verfügen, 16 Prozent geben an, ein „Deutschlandticket Job“ zu haben (siehe Abbildung 7). Das Deutschlandticket für Studierende macht 13 Prozent aus. Die Variante für Schülerinnen und Schüler besitzt in der Primärerhebung nur vier Prozent. Dies ist allerdings damit zu begründen, dass Personen unter 16 Jahren nicht befragt werden. Die restlichen Angebote machen weniger als 10 Prozent aller Deutschlandtickets aus.

Abbildung 7 Varianten Deutschlandticket-Besitz



Welche Variante des Deutschlandtickets besitzen Sie derzeit? (n=851)

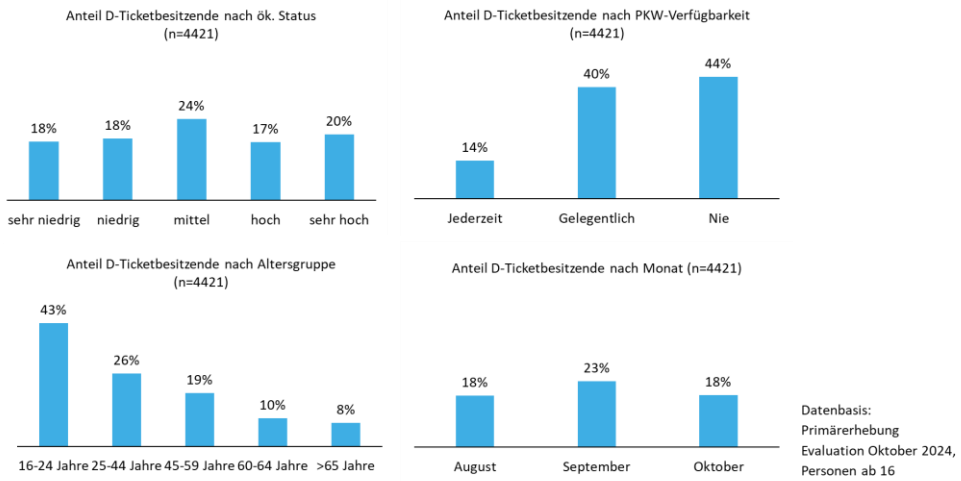
Datenbasis: Primärerhebung Evaluation Oktober 2024, Personen ab 16

Bei Betrachtung der Eigenschaften der Personen, die ein Deutschlandticket besitzen, lassen sich Schlüsse über die Personengruppe ziehen, die bislang noch kein Deutschlandticket besitzt. Dies ermöglicht die Ausarbeitung zukünftiger Nutzungspotentiale des Deutschlandtickets.

Die folgenden Abbildungen 8 und 9 zeigen deskriptive Auswertungen der Unterschiede des Deutschlandticket-Besitzes nach Alter, Pkw-Verfügbarkeit und ökonomischem Status. In Bezug auf den ökonomischen Status gibt es keine Gruppe, die beim Deutschlandticket-Besitz besonders stark unterrepräsentiert ist. Lediglich die mittlere Gruppe, also die ökonomische Mitte der Gesellschaft, weist eine nach oben abweichende Deutschlandticket-Besitzquote auf. Anders sieht der Zusammenhang zwischen Alter und Ticketbesitz aus. Hier zeigt sich, dass der Anteil der Nicht-Nutzenden mit dem Alter ansteigt. Aktuell verfügen lediglich acht Prozent der über 65-Jährigen über ein Deutschlandticket, obwohl diese Altersgruppe mehr als 25 Prozent der Gesamtbevölkerung darstellt. Im Vergleich dazu besitzen 43 Prozent der 16- bis 24-Jährigen ein Deutschlandticket, auch wenn diese Alterskohorte nur etwas mehr als 10 Prozent der Bevölkerung repräsentiert. Nicht überraschend ist zudem der Zusammenhang zwischen Deutschlandticket-Besitz und

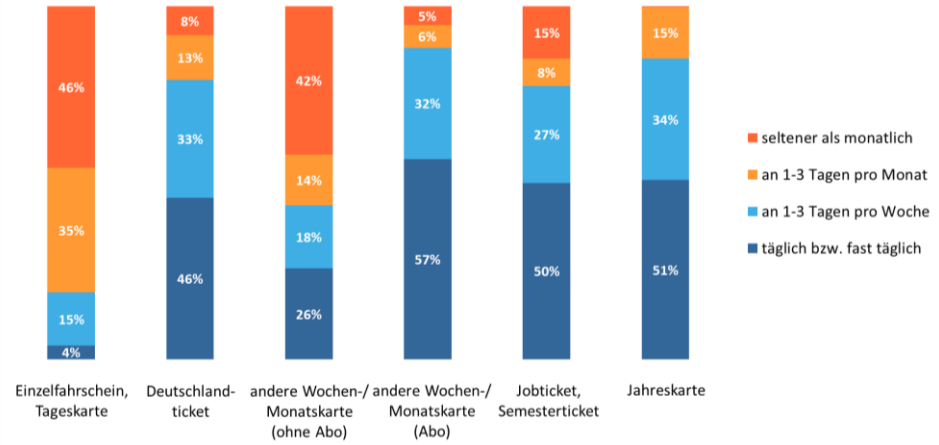
Pkw-Verfügbarkeit. Personen, die jederzeit einen Pkw verfügbar haben, besitzen nur zu 14 Prozent ein Deutschlandticket. In dieser Gruppe ist das Potential also weiterhin hoch.

Abbildung 8 Anteile Deutschlandticket-Besitz in verschiedenen Gruppen



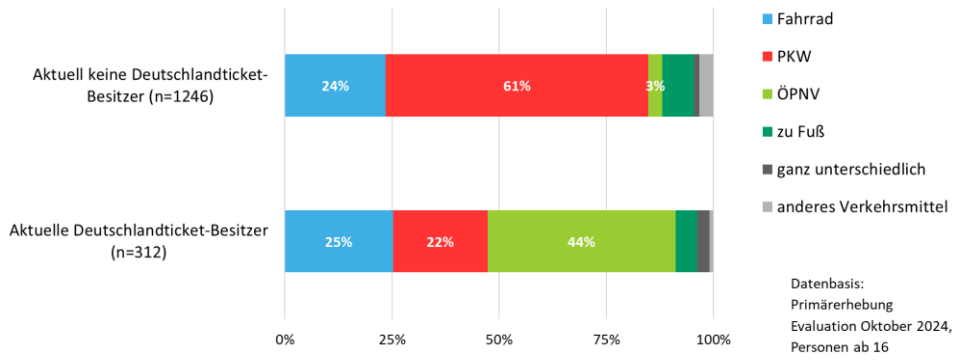
Bei Betrachtung der ÖPNV-Nutzungshäufigkeit in Abhängigkeit von der normalerweise genutzten Ticketart fällt auf, dass Personen mit anderem Wochen- oder Monatsticket und Job- oder Semesterticket zu einem etwas höheren Anteil angeben, den ÖPNV täglich oder fast täglich zu nutzen (siehe Abbildung 9). Mehr als die Hälfte der Personen, die normalerweise auf das Deutschlandticket zurückgreift, nutzt den ÖPNV an drei Tagen pro Woche oder seltener. Dies unterstreicht, dass das Ticket mehr als andere Aboticketangebote auch für Gelegenheitskundinnen und -kunden attraktiv ist.

Abbildung 9 Nutzungshäufigkeit des ÖPNV in Abhängigkeit vom normalerweise genutzten Ticket



Als Argument für die Einführung des Deutschlandtickets wurde häufig die Entlastung der Pendelnden herangezogen. Die untenstehende Abbildung 10 verdeutlicht, dass zumindest 44 Prozent der Pendelnden, die aktuell im Besitz eines Deutschlandtickets sind, üblicherweise den ÖPNV auf dem Weg zur Arbeit nutzen. Bei den Personen ohne Deutschlandticket sind dies nur drei Prozent. Dies zeigt, dass das neue Angebot für die Hälfte der Nutzenden durchaus ein Ticket zum Pendeln darstellt. Die andere Hälfte der berufstätigen Deutschlandticket-Nutzenden nimmt das Ticket dagegen für andere Wege in Anspruch und verwendet für ihre Pendelwege stattdessen z. B. den Pkw oder das Fahrrad.

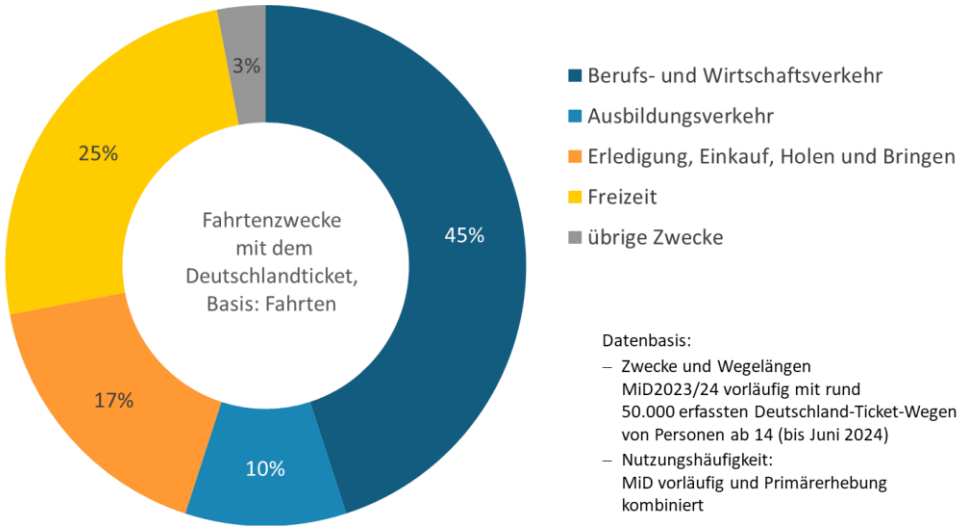
Abbildung 10 Üblicherweise genutztes Verkehrsmittel auf dem Weg zur Arbeit in Abhängigkeit vom Deutschlandticket-Besitz



Die Pendelwege von denjenigen mit und denjenigen ohne Deutschlandticket sind bezogen auf die Distanz jedoch relativ ähnlich. Im Mittel sind die berichteten Distanzen zwischen Wohnort und Arbeitsplatz der Deutschlandticket-Besitzenden mit rund 25 Kilometern etwas länger als die derjenigen ohne das Ticket mit rund 20 Kilometern.

Ein Blick über die berufsbedingte Nutzung hinaus zeigt, dass das Deutschlandticket für alle Fahrtenzwecke genutzt wird (siehe Abbildung 11), also nicht nur für Fahrten zur Arbeitsstelle, sondern auch für Freizeitfahrten. Dafür haben wir vorläufige Ergebnisse aus der Studie Mobilität in Deutschland (MiD) 2023/24 herangezogen, da dort bereits eine größere Fahrtenzahl erfasst wurde. Dieses Muster unterscheidet sich nicht wesentlich von dem anderer ÖPNV-Tickets. Hinzu kommt: Nur etwa sieben Prozent der Besitzenden nutzen das Ticket regelmäßig außerhalb ihrer Region, es ist also vor allem ein regionales Ticket. Ein ähnlicher Anteil der mit dem Deutschlandticket zurückgelegten Wege ist länger als 50 Kilometer. Und etwa fünf Prozent nutzen das Ticket trotz Besitz so gut wie gar nicht.

Abbildung 11 Nutzungszwecke im Deutschlandticket (MiD 2024 vorläufig)

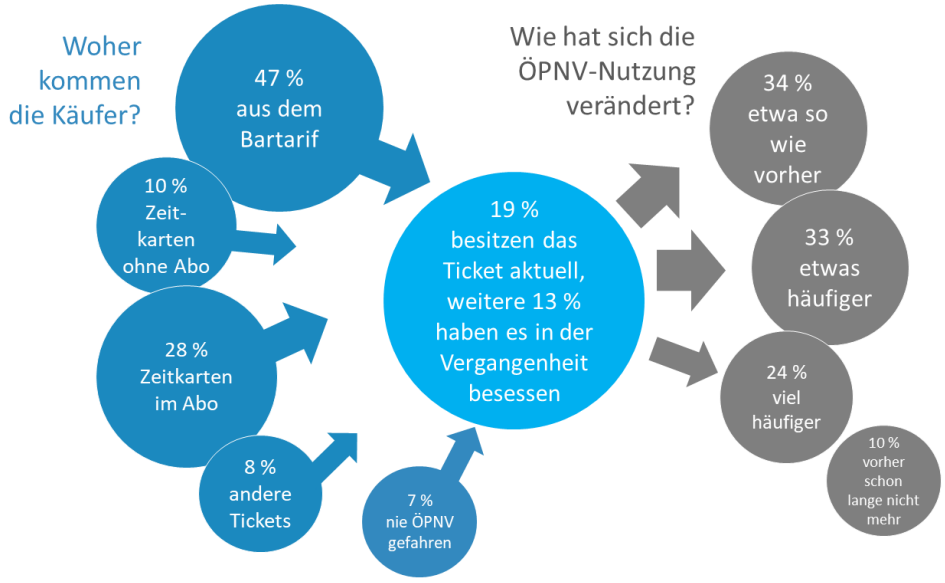


Erste Ergebnisse zu verkehrlichen Wirkungen

Die verkehrlichen Wirkungen können in einer ersten Annäherung durch Selbsteinschätzungen der befragten Personen betrachtet werden. Diese zeigen noch geringe, aber immerhin vorhandene „Einstiegs"-Quoten neuer oder bisher den ÖPNV nur selten nutzender Befragter.

Ein solches Ergebnis war nur aufgrund einer Tarifmaßnahme kurzfristig kaum anders zu erwarten. Immerhin gibt jedoch gut die Hälfte der Befragten an, mit dem Ticket den ÖPNV nun öfter zu nutzen als vorher (siehe Abbildung 12). Zudem stammen überraschend viele Kundinnen und Kunden aus dem Bartarifsegment. Dem Deutschlandticket ist es also gelungen, den Häufig-, aber nicht Intensivnutzenden ein gutes Angebot zu bieten und sie stärker als bisher zu binden. Damit konnte eine Lücke im bisherigen Tarifsortiment geschlossen werden, die bereits seit vielen Jahren in der Branche diskutiert wird. Die hohe Nachfrage nach dem Deutschlandticket deutet an, dass dieser Tarif auf ein Bedürfnis stößt, das als Lücke bezeichnet werden kann. Die folgende Grafik stellt dazu die wichtigsten einzelnen Zahlen zusammen.

Abbildung 12 Selbsteinschätzungen zur Nutzungsänderung durch das Deutschlandticket



Datenbasis:
Primärerhebung Evaluation Stand Oktober 2024, Personen ab 16, Selbsteinschätzungen zum Verhalten vorher/nachher, an 100 % Fehlende ohne Angabe.
Insgesamt befragte Personen (von August bis Oktober): n=4.603, davon Frage: „woher kommen die Käufer“ n=1.449 und Veränderung der ÖPNV-Nutzung: n=855

Die exaktere Bewertung der verkehrlichen Wirkungen des Deutschlandtickets erfolgt im Kern jedoch auf Wegeebene anhand der drei zuletzt getätigten ÖPNV-Wege mit dem Deutschlandticket der Personen, die derzeit über ein Deutschlandticket verfügen. Mit wachsender Datenbasis liefert dies eine gute Grundlage, die jedoch sorgfältig auszuwerten ist. So kann im Projektrahmen budgetbedingt und mit Blick auf die geringzuhaltende Belastung der Befragten kein genaues Wegetagebuch geführt werden. Dies führt möglicherweise dazu, dass die vereinfacht in der Retrospektive berichteten Wege einer gewissen Selektivität unterliegen. Verantwortlich dafür sind vor allem zwei Gründe:

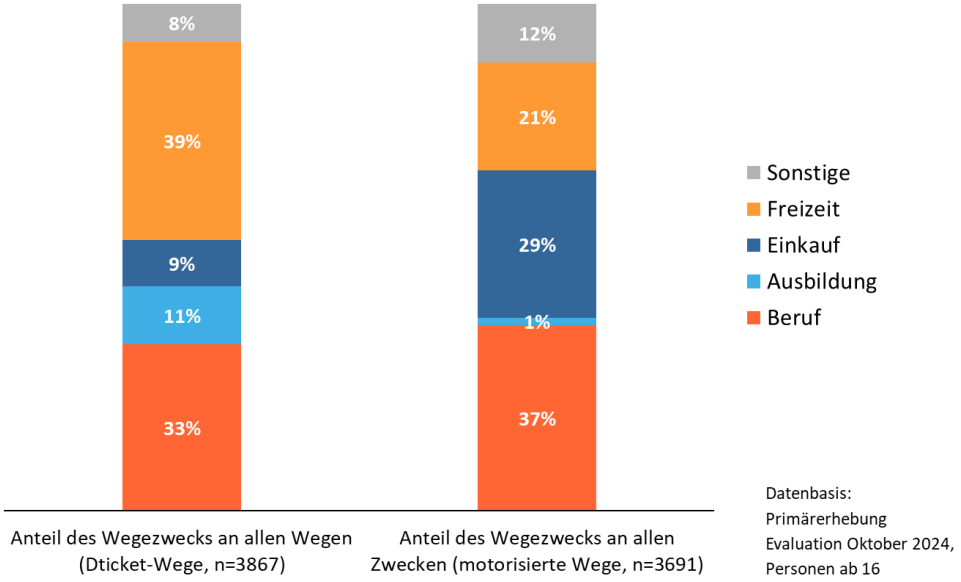
- Eine mögliche Untererfassung von sehr kurzen Wegen: Aufgrund der retrospektiven Abfrage der letzten drei getätigten Wege mit dem Deutschlandticket ist anzunehmen, dass besonders kurze Wege möglicherweise zum Teil vergessen werden.
- Eine mögliche Überrepräsentation von Wegen von Personengruppen, die das Deutschlandticket nur selten nutzen: Alle Personen, die aktuell über ein Deutschlandticket verfügen, werden nach ihren letzten drei Wegen mit dem Deutschlandticket gefragt. Wege von Personen, die das Deutschlandticket sehr häufig nutzen, gehen jedoch mit der gleichen Anzahl in die Betrachtung ein, wie Wege von Personen, die das Ticket nur selten nutzen. Dies kann zu einer Verzerrung von Wegezwecken

oder Wegelängen führen, wird allerdings in den folgenden Auswertungen durch eine Gewichtung anhand der ÖPNV-Nutzungshäufigkeit der befragten Personen so weit möglich ausgeglichen.

Vor diesem Hintergrund und mit Blick auf die noch kleine, saisonal eingeschränkte Wegestichprobe erlauben die bislang verfügbaren Ergebnisse der Primärerhebung auf Wegeebene nur einen ersten Einblick und gestatten (noch) keine abschließende Bewertung der verkehrlichen Wirkungen. Zukünftig wird mit einer größeren Stichprobe der Primärerhebung eine sicherere und differenziertere Aussage diesbezüglich möglich sein.

Aktuell zeigen die Daten der Primärerhebungen der Monate August bis Oktober im Mittel rund 22 Fahrten mit dem Deutschlandticket pro Monat. Im Rahmen der Primärerhebung werden die Nutzenden des Deutschlandtickets konkret nach der monatlichen Fahrtenanzahl gefragt – was gewisse Erinnerungsunschärfen insbesondere bei Routine- und kurzen Fahrten mit sich bringt. Auf Basis der neuen MiD, die ein genaues Wegetagesprotokoll erhebt, können bisher etwa 30 Fahrten pro Monat bestimmt werden.

Abbildung 13 Wegezweckverteilung der in der Primärerhebung erfassten Deutschlandticket-Wege und der motorisierten Wege



Auch hinsichtlich der Wegelängen und Wegezwecke wurden in der bisher abgedeckten kurzen Zeitspanne bei kleinen Fallzahlen aus dem Segment der Nutzenden insbesondere zu den Streckenlängen Abweichungen zu anderen Befragungen ermittelt. Diese Abweichungen können in der oben genannten Berichtsselektivität begründet liegen. Saisonalität und Stichprobengröße oder die genaue Formulierung der Fragen können jedoch auch eine Rolle spielen. Aus diesem Grund ist es essenziell, für endgültige Auswertungen eine größere Stichprobengrundlage abzuwarten, die erfassten Deutschlandticket-Wege mithilfe der MiD zu plausibilisieren und anhand der Nutzungshäufigkeiten, und falls erforderlich Wegezweckverteilungen, zu gewichten. Im Rahmen der CO2-Berechnungen konnte

dies schon auf Basis vorläufiger Sekundärdaten aus der aktuellen MiD erfolgen. Diese werden im folgenden Kapitel dargestellt.

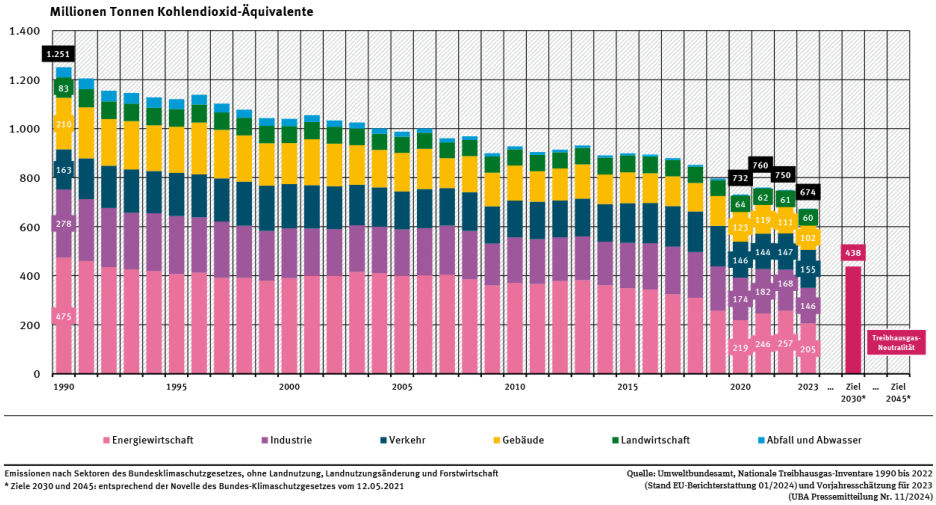
3 CO2-Wirkungen

Fragestellung und Hintergrund

Der Erfolg des Deutschlandtickets wird auch anhand seinen Umweltwirkungen gemessen. Dafür kommt eine Reihe von Indikatoren in Betracht, doch ist die „CO2-Einsparung“ die üblicherweise verwendete und bis in die öffentliche Diskussion hinein etablierte Größe. Dabei handelt es sich um „Treibhausgase“ angegeben als CO2-Äquivalente.

Für den deutschen Verkehrssektor wird 2023 ein jährlicher Wert von 155 Mio. t ausgewiesen[6]. Dieser umfasst alle Verkehrsarten sowohl im Personen- wie im Güterverkehr und bildet anteilig etwa ein Fünftel der gesamten deutschen Treibhausgasemissionen ab. Da sich die absoluten Werte in anderen Sektoren reduzieren, im Verkehr jedoch stagnieren, wächst dieser Anteil und formulierte Reduktionsziele werden hier bekanntermaßen nicht erreicht. Der Anteil des ÖPNV an den verkehrsbedingten Emissionen beträgt jedoch nur weniger als 5 Prozent bei unter 10 Mio. t jährlich (siehe Abbildung 14). Der sehr viel größere Anteil von schätzungsweise etwa 70 Prozent mit rund 110 Mio. t jährlich entfällt auf den privaten Pkw-Verkehr[7].

Abbildung 14 Treibhausgas-Emissionen Deutschland, 1990 bis 2023 nach Sektoren



Emissionen nach Sektoren des Bundesklimaschutzgesetzes, ohne Landnutzung, Landnutzungsänderung und Forstwirtschaft
* Ziele 2030 und 2045: entsprechend der Novelle des Bundes-Klimaschutzgesetzes vom 12.05.2021

Quelle: Umweltbundesamt, Nationale Treibhausgas-Inventare 1990 bis 2022 (Stand EU-Berichterstattung 01/2024) und Vorjahresschätzung für 2023 (UBA Pressemitteilung Nr. 11/2024)

[6] Siehe verschiedene Publikationen des UBA zum Stand 2022/23, zum Beispiel
https://www.umweltbundesamt.de/daten/klima/treibhausgas-emissionen-in-deutschland#emissionsentwicklung
https://www.umweltbundesamt.de/daten/umweltindikatoren/indikator-emission-von-treibhausgasen
https://www.umweltbundesamt.de/themen/verkehr/klimaschutz-im-verkehr#undefined
https://www.umweltbundesamt.de/daten/verkehr/emissionen-des-verkehrs#verkehr-belastet-luft-und-klima-minderungsziele-der-bundesregierung

[7] Zur Differenzierung nach Verkehrsarten siehe mit Stand 2019
https://www.dlr.de/de/aktuelles/nachrichten/daten-und-fakten/personenverkehr-in-deutschland-verkehrsmittel-im-vergleich

Damit stellt sich für das Deutschlandticket und seine Umweltbilanz unter anderem die Frage, in welchem Ausmaß es dem neuen Angebot gelingt, CO2-Emissionen im Pkw-Verkehr zu reduzieren?

Die Ermittlung des eingesparten CO2-Volumens ist unmittelbar an die Verkehrsleistung und damit an die Summe der Kilometer gebunden. Hinzu kommen weitere Größen einer Gesamtbilanz. Insgesamt werden folgende Komponenten einbezogen:

- Wege, die nun nicht mehr mit dem Auto, sondern aufgrund der Ticketanschaffung jetzt mit dem öffentlichen Nahverkehr erfolgen, dessen Nutzung wiederum durch das Deutschlandticket abgedeckt ist. Sie sparen durch den Autoverzicht „direkte“ CO2-Emissionen.
- Dem entgegen stehen Fahrten, die aufgrund des Deutschlandticket-Besitzes überhaupt erst unternommen werden und ohne das Ticket unterblieben wären.
- Ebenso einbezogen werden Wege, die ohne das Ticket mit dem Fahrrad oder zu Fuß bzw. mit einem weiteren Verkehrsmittel außerhalb des ÖPNV unternommen worden wären, jetzt aber mit dem öffentlichen Verkehr erfolgen.
- Mittelfristig ebenso denkbar sind indirekte Effekte durch eine höhere Bindung der Ticketnutzenden an den öffentlichen Verkehr und daraus resultierenden zuvor nicht angetretenen oder mit dem Auto durchgeführten Fahrten, die nicht mit dem Deutschlandticket im Nahverkehr, sondern im öffentlichen Fernverkehr abgewickelt werden. Diese werden aber in der folgenden Betrachtung ausgeklammert und zu einem späteren Zeitpunkt der Evaluation betrachtet.

Alternative Nutzung ohne Deutschlandticket – erste Jahresschätzung für 2024

Die Umweltwirkungen des Deutschlandtickets werden anhand von substituierenden und induzierenden Effekten gemessen. Substitution bezeichnet den Umstand, dass ein Weg nun mit dem ÖPNV zurückgelegt, der vorher mit einem anderen Verkehrsmittel erfolgt wäre. Induktion beschreibt den Umstand, dass ein Weg ohne das Deutschlandticket gar nicht unternommen worden wäre.

In den durchgeführten Befragungen wurden diese Reaktionen anhand der drei zuletzt mit dem Deutschlandticket zurückgelegten Wege erhoben. Diese Messung ist ausreichend konkret, zuverlässiger als eine pauschale Einschätzung und reduziert den Berichtsaufwand für die befragten Personen durch die Begrenzung auf die letzten drei Deutschlandticket-Wege.

Weil die Interviews gleichmäßig gestreut über die Erhebungszeit erfolgen, ergibt sich in der Zusammenfassung mehrerer monatlicher Erhebungswellen eine

zuverlässige Fahrtenstichprobe[8]. Wie erläutert bisher nicht erfasst wurde dagegen der letzte Punkt aus der vorangehenden Aufzählung – eine möglicherweise intensivere Nutzung im öffentlichen Fernverkehr. Da dieser Effekt vermutlich eher klein ist, wird seine stichprobenweise Absicherung erst in späteren Erhebungswellen erfolgen.

Die Relationen, in die sich die auf diese Weise beispielhaft abgefragten Wege aufteilen, zeigt die folgende Abbildung 15. Da die Erhebungen erst im August 2024 begonnen haben, jedoch ein Jahreswert geschätzt werden soll und saisonale Effekte nicht auszuschließen sind, wurde anhand nicht veröffentlichter infas-eigener Untersuchungen und weiterer Studien zum Deutschlandticket aus dem Jahresanfang 2024 mit zu diesem Zeitpunkt deutlich geringeren Auto-Ersatz-Anteilen[9] ein vorläufiger Jahresdurchschnitt geschätzt. Da die November- und Dezember-Erhebungen im Rahmen der Evaluation noch ausstehen, stellt dies ein vorläufiges Ergebnis für 2024 dar.

Eine Überprüfung dieses vorläufigen Ergebnisses ist für das erste Quartal 2025 geplant. Zu diesem Zeitpunkt werden wir sowohl auf weitere Erhebungswellen als auch auf Jahresdaten zur externen Validierung zurückgreifen können.

Wie viele Ticket-Nutzende ersetzen Auto- mit Deutschlandticket-Fahrten und wie viele berichten über Neuverkehr?

Zum jetzigen Berichtszeitpunkt haben wir uns aufgrund der noch ausstehenden Daten und der erst im Sommer 2024 begonnenen Erhebungen für die Ausweisung eines Korridors entschieden. Die folgende Abbildung 15 weist daher zwei Eckwerte auf. Diese umfasst eine „obere“ und eine „untere“ Variante für die alternative Nutzung ohne das Deutschlandticket. Diese Spanne unterliegt nach unseren bisherigen Ergebnissen möglicherweise einer im Zeitverlauf nicht unwesentlichen Dynamik – mit wachsenden Anteilen von Deutschlandticket-Fahrten, die alternativ mit dem Auto zurückgelegt wurden.

Die vermutete Dynamik in den Anteilen der alternativen Nutzung ist auf erst mit der Zeit erreichte Schichten von Käuferinnen und Käufern sowie „Trainingseffekte“ zurückzuführen: Mit längerer Deutschlandticket-Nutzung entwickeln vor allem Kundinnen und Kunden, die zuvor weniger ÖPNV gefahren sind, neue Routinen, zu denen auch der Autoverzicht auf einzelnen Fahrten zählt.[10]

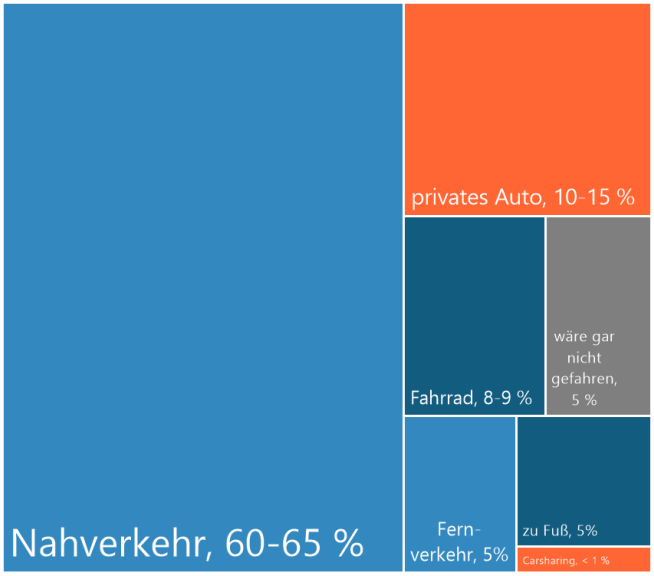
[8] Da diese Angaben für einige Befragte trotz der Unterstützung durch die Interviewer nicht einfach sind und auch Kilometerschätzungen einer gewissen Ungenauigkeit unterliegen, wurden verschiedene Plausibilisierungen und Ausreißerbereinigungen sowie eine Kalibrierung mit Daten aus der laufenden MiD vorgenommen. Weiterhin wurde ein spezifischen Fahrtengewicht eingesetzt, um die höheren Wegeanteile von Personen mit häufiger Deutschlandticket-Nutzung korrekt abzubilden.

[9] Siehe zum Beispiel https://www.vdv.de/2024-01-31-wissenschaftlicher-beirat-beim-vdv-stellungnahme-d-ticket-v03.pdfx mit einem Wert von sieben Prozent.

[10] Perspektivisch werden wir daher im Jahr 2025 die Abfrage der „alternativen Nutzung ohne Deutschlandticket“ im Fragebogen anpassen. Mit längerer Besitzdauer und neu herausgebildeten Routinen wird eine „Vorher-Nachher-Unterscheidung“ zu theoretisch.

Dafür weisen die bisherigen Erhebungen seit August 2024 im Vergleich mit externen Quellen[11] zur Situation 2023 bis Mitte 2024 einige Indizien auf. Abzuwarten bleibt jedoch die Absicherung in den kommenden Erhebungswellen.

Abbildung 15 Verkehrsmittelwahl ohne Deutschlandticket – Spannweiten der vorläufigen Jahresschätzung 2024



Im Ergebnis der Schätzung ergibt sich auf Wegeebene (siehe Abbildung 15)

- eine Spannweite zwischen rund 65 und 70 Prozent der berichteten Wege, die wie vor dem Ticketbesitz im öffentlichen Verkehr erfolgt wären – die Summe aus Nah- und Fernverkehr,
- wird die Perspektive auf Fahrten nur im Nahverkehr eingeengt, ergibt sich ein kleinerer Korridor zwischen 60 und 65 Prozent,
- für Fahrten vom Auto liegt die Spanne zwischen zehn und 15 Prozent (gerundet einschließlich Carsharing mit einem Anteil von etwas unter einem Prozent) - die für die CO2-Bilanz relevanteste Größe,
- fast keine Anteilsunterschiede ergeben sich für Fahrten, die alternativ mit dem Fahrrad oder zu Fuß erfolgt wären – im ersten Fall acht bis neun Prozent und im zweiten Fall etwa fünf Prozent,
- für den Neuverkehr, also Fahrten, die ohne das Deutschlandticket ganz unterblieben wären, zeigt sich sowohl in der oberen wie in der unteren Variante ein Anteil von 5 Prozent.
-

[11] Siehe dazu Kap. 9.

Hintergrundergebnisse zur alternativen Nutzung ohne Deutschlandticket – statt Auto …

Wird genauer betrachtet, wie viele Deutschlandticket-Nutzende in der konkreten Wegeabfrage eine alternative Nutzung zum Auto angeben, ergibt sich in den bisherigen Befragungen ein Anteil von knapp 40 Prozent, der von mindestens einer der letzten drei Deutschlandticket-Fahrten berichtet, dass diese ohne das neue Ticket mit dem Auto erfolgt wäre(n). Von diesen Befragten wiederum gibt etwa die Hälfte bei allen drei abgefragten Fahrten an, sie hätte alternativ das Auto genutzt. Dies entspricht rund einem knappen Fünftel der aktuellen Deutschlandticket-Nutzenden insgesamt und deutet somit auf eine relativ hohe Substitution des Autos hin – zumindest in dem hier abgedeckten Zeitraum ab August 2024.

Das aktuell gemessene knappe Fünftel ist in erster Linie verantwortlich für die ermittelten Entlastungseffekte im Autoverkehr – und eher preissensibel. Seine Vertreterinnen und Vertreter geben bei der Preisakzeptanzfrage mit einem Monatswert von 40,00 EUR einen um etwa 5,00 EUR niedrigeren „guten Preis“ für das Deutschlandticket an. Zudem berichten sie häufiger als die übrigen Ticket-Nutzenden, dass sie zuvor gar nicht oder nur sehr selten den ÖPNV in Anspruch genommen hätten. Dieser Anteil beträgt bei ihnen rund 15 und bei den übrigen Ticketinhabern nur etwa fünf Prozent. Es bleibt also abzuwarten, in welchem Ausmaß die ab Januar greifende Preiserhöhung dazu führt, dass diese Gruppe dem Ticket eher als andere wieder den Rücken kehrt und sich so diesbezügliche verkehrliche Wirkungen reduzieren.

… und bezogen auf den Neuverkehr

Deutlich anders sehen die Größenordnungen in Sachen Neuverkehr aus. So ist der Anteil der Nutzenden, der über zusätzliche Fahrten berichtet – also Fahrten, die ohne das Deutschlandticket gar nicht unternommen worden wären – deutlich kleiner als das Segment mit ersetzten Auto-Wegen. Er beträgt bezogen auf die letzten drei konkret erhobenen Fahrten lediglich zehn Prozent der befragten Ticketinhaberinnen und -inhaber. Sie geben für mindestens eine dieser Fahrten an, dass sie ohne das Ticket gar nicht gefahren wären. Zudem rangiert diese relativ kleine Gruppe in ihrer Preissensibilität im Vergleich zu denjenigen, die gelegentlich auf das Auto verzichten, eher im unteren Bereich. Sie ist also bereit, deutliche Preissteigerungen zu akzeptieren und wird dem Ticket auch nach der Preiserhöhung in aller Regel treu bleiben.

CO2-Berechnungsverfahren und vorläufiges Ergebnis 2024

Um von diesen Befunden und der anteiligen Verteilung der Wege auf die Alternativen ohne Deutschlandticket zu einer hochgerechneten CO2-Bilanz zu gelangen, sind zwei weitere Schritte erforderlich:

- Im ersten Schritt erfolgt eine Hochrechnung auf die jährlichen Deutschlandticket-Wege und dabei zurückgelegten Personenkilometer (pkm) insgesamt. Hierbei werden eine in der Befragung gemessene und in den MiD-Erhebungen bestätigte durchschnittliche monatliche Fahrtenzahl

pro Ticket von 30 Fahrten sowie die je nach Alternative unterschiedlichen mittleren Streckenlängen in die Rechnung einbezogen[12]. Hochgerechnet ergibt sich daraus eine erste Schätzung für die zu erwartende Verkehrsleistung des Deutschlandtickets von rund 90.000 Mio. pkm im Jahr 2024.

- Im zweiten Schritt werden, differenziert nach den ohne das Ticket in Anspruch genommenen alternativen Verkehrsmitteln, die jeweils spezifischen pkm-CO2-Emissionswerte[13] mit der anteilig ermittelten Verkehrsleistung verknüpft.

Das Ergebnis zeigt die folgende Tabelle 2. Sie listet alle relevanten Komponenten auf und verbindet sie miteinander:

- In der ersten Zahlenspalte werden die CO2-Rechenwerte dargestellt.
- Die zweite Zahlenspalte enthält die verwendeten Streckenlängen je nach angegebener Fahrtalternative. Diese wurden in den projekteigenen Erhebungen von August bis Oktober 2024 ermittelt und über eine vorläufige Analyse aus den größeren Beständen der MiD-Wegeerhebung abgesichert.
- Die dritte und vierte Zahlenspalte weist die oberen bzw. unteren Anteile der genannten Alternativen auf.
- Die fünfte und sechste Spalte rechnen auf Basis eines Jahresdurchschnitts von rund 12,5 Mio. Deutschlandtickets und durchschnittlich rund 30 Fahrten pro Monat anhand der ermittelten Streckenlängen für jede Alternative die Verkehrsleistung hoch.
- Im grau hinterlegten Teil der Tabelle schließlich werden die ermittelten und vorläufig auf 12 Monate (2024) hochgerechneten CO2-Äquivalente je Alternative dargestellt. Die gelb markierten Zellen enthalten die Werte für die direkt im Autoverkehr eingesparten CO2-Summen in der unteren und oberen Variante.

[12] Hier muss aufgrund einer geringeren Varianz über die Zeit nicht zwischen oberer und unterer Variante unterschieden werden.

[13] Rechenwerte unter https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/366/bilder/dateien/uba_emissionstabelle_personenverkehr_2022_0.pdf

Tabelle 2 Berechnung CO2-Äquivalente, erste Schätzung für 2024

		erste Schätzung für 2024							
			Fahrtenanteile		pkm in Mio. pro Jahr		CO2-Äquivalente pro Jahr in Mio. t		*CO2-Gegenrechnung (rechnerisch zusätzlich im ÖPNV) pro Jahr in Mio. t*	
alternatives Verkehrsmittel ohne Deutschlandticket	CO2-Äquivalente pro pkm in kg (UBA 2022)	mittlere km pro Fahrt	unterer Wert	oberer Wert	unterer Wert	oberer Wert	unterer Wert	oberer Wert	*unterer Wert*	*oberer Wert*
Nahverkehr (MIX Stadtverkehr)	0,0630	9	44%	42%	21.514	20.536	*1,355*	*1,294*		
Nahverkehr (SPNV)	0,0580	32	21%	20%	37.500	35.715	*2,175*	*2,071*		
Fernverkehr	0,0310	42	6%	5%	14.031	11.692	*0,435*	*0,362*	*0,407*	*0,339*
Auto	0,1660	24	10%	15%	13.606	20.408	2,259	3,388	*0,816*	*1,224*
Fahrrad	0,0015	5	9%	8%	2.296	2.041	0,003	0,003	*0,138*	*0,122*
zu Fuß	0,0000	2	5%	5%	531	531	0,000	0,000	*0,032*	*0,032*
generierter Verkehr	0,0600	30	5%	5%	8.397	8.397			*0,504*	*0,504*
gesamt		21	100%	100%	88.946	90.392			*1,897*	*2,222*

E-Bike-Anteil im CO2-Wert "Fahrrad" berücksichtigt

Als vorläufiges Resultat und Vorabschätzung für das Jahr 2024 ergibt sich ein unterer Wert von 2,3 Mio. t CO2 als direkte Einsparung durch nicht mehr anfallenden Autoverkehr (10 Prozent-Anteil dieser Alternative an allen Deutschlandticket-Fahrten). Der obere Schätzwert beträgt 3,4 Mio. t (15-Prozent-Anteil an allen Deutschlandticket-Fahrten)[14].

Umgang mit Neuverkehr und auf den ÖPNV verlagerten Verkehren – bei nicht ausgebautem Angebot

Diesen Werten können je nach Rechenverfahren in einer Vorher-Nachher-Betrachtung weitere Größen „entgegengesetzt" werden (kursiv in der Tabelle). Dies sind die nun im ÖPNV zu berücksichtigen CO2-Emissionen für alle zusätzlichen Deutschlandticket-Fahrten, die zuvor gar nicht oder mit einem anderen Verkehrsmittel erfolgt wären. Hierbei wird neben Verlagerungen vom Auto, Fahrrad, zu Fuß oder dem Neuverkehr auch das Plus von Fahrten ausgewiesen, die nun im ÖPNV und nicht mehr im ÖPFV stattfinden, denn für diesen Wechsel sind höhere CO2-Werte pro pkm anzusetzen.

Die theoretischen Jahreswerte dieser Kategorien werden in der Tabelle ebenfalls ausgewiesen. Sie betragen pro Jahr in der Summe 1,9 Mio. t in der unteren und 2,2 Mio. t in der oberen Variante. Allerdings muss berücksichtigt werden, dass die Einführung des Deutschlandtickets zwar zu einer höheren Auslastung geführt hat, bisher aber keine oder nur geringfügige Kapazitäts- oder Angebotserweiterungen vorgenommen wurden. Damit würden die zusätzlichen ÖPNV-Fahrgäste in der Gesamtbilanz in der Tendenz rechnerisch „klimaneutral" befördert werden. Wir weisen sie daher „nachrichtlich" (in kursiv) aus, beziehen sie aber nicht in die Gesamtrechnung ein. Diese beschränkt sich zum jetzigen Zeitpunkt auf die direkt eingesparten Emissionen.

[14] Aufschlussreich ist das Ergebnis einer bereits durchgeführten Sensitivitätsanalyse. Ein vom Pkw gewonnener Fahrtenanteil von nur fünf Prozent würde zu einer direkten jährlichen CO2-Einsparung von 1,1 Mio. t. führen. Bei einem Anteil von 20 Prozent würde sich eine Einsparung von 4,5 Mio. t jährlich ergeben – jeweils bei unveränderter Fahrtenlänge. Ebenso muss berücksichtigt werden, dass die ermittelte Spannweite der direkt eingesparten Emissionen auch von der Aufteilung auf Pkw-Fahrer und Beifahrer abhängt, die noch nicht mit hinreichender Genauigkeit ermittelt werden konnte. Ein höherer Fahrer-Anteil bedeutet einen höheren Anteil komplett eingesparter Auto-Bewegungen, ein höherer Mitfahreranteil das Gegenteil. Aktuell gehen wir von einem mittleren Wert aus, der in den dargestellten Spannweiten gut abgedeckt ist.

Eine noch genauere Vorher-Nachher-Bilanz ist erst mit aktualisierten CO2-Rechenwerten möglich, die die höhere Auslastung und auch mögliche Angebotserweiterungen berücksichtigen. Die genutzten CO2-Rechenwerte gehen für den öffentlichen Verkehr von der bisher verfügbaren Auslastungssituation 2022 aus. Diese werden bei höherer Auslastung etwas geringer ausfallen. Bei erhöhtem Fahrgastaufkommen und mehr Personenkilometern *ohne* Kapazitätserweiterungen ergibt sich aber im ÖPNV im Vorher-Nachher-Vergleich voraussichtlich ein nahezu identischer hochgerechneter CO2-Gesamtwert für alle Personen, die (nun) das Deutschlandticket nutzen. Er liegt überschlägig bei rund 4 Mio. t pro Jahr[15].

Vorläufige Bewertung

Die vorgestellten Berechnungen bilden den Stand kurz vor dem Jahresende 2024 nach rund 18 Monaten Deutschlandticket ab. Sie unterliegen wie dargestellt einem stichprobenbedingten Zufallsfehler und weiteren Unsicherheiten bei der Schätzung eines Jahresdurchschnitts, da unsere Erhebungen wie beschrieben erst im August 2024 begonnen haben. Eine Aktualisierung und weitere Bilanzen zur Veränderung des ÖPNV-Aufkommens und seiner Verkehrsleistung aufgrund der Deutschlandticket-Einführung in der Jahresrechnung für 2024 werden wir jedoch im nächsten Zwischenbericht vornehmen können.

Trotz der angegebenen Spannweite und der beschriebenen Berechnungsdifferenzierungen kann das Deutschlandticket in der bisherigen Bilanz unter dem Emissionsblickwinkel gewisse Erfolge verbuchen. Selbst an der unteren Grenze unserer Spannweite ergeben sich positive Effekte – unabhängig von den dafür aufzuwendenden Kosten.

Aufschlussreicher als die CO2-Entlastung ist dabei nach unserer Einschätzung die geschätzte Reduktion der Autoverkehrsleistung. Sie liegt nach den bisherigen Rechnungen in einer Spannweite zwischen einem und zwei Prozent der Gesamtkilometerleistung im motorisierten Individualverkehr. Hier sind genauere Anteilsangaben erst möglich, wenn die MiD-Ergebnisse für 2023/24 mit einer Aktualisierung der gesamten jährlichen Pkw-Personenkilometer vorliegen.[16]

Mögliche Effekte der Preiserhöhung ab Januar 2025?

Die bezifferte CO2- und Personenkilometerleistung kann sich durch die beschlossene Preiserhöhung beim Deutschlandticket reduzieren. Es ist zu erwarten, dass sich aufgrund der Anpassung insbesondere die Deutschlandticket-Kundschaft mit einer höheren Auto-Affinität wieder von dem Ticket abwendet – so zeigen es erste Trends in der Oktober-Welle unserer Erhebungen.

Möglich ist aber auch eine mittelfristige Stabilisierung. Sie entstünde vor dem Hintergrund, dass sich bisher stabile Gewohnheiten mit längeren Nutzungsdauern bzw. einer sicheren Marktpräsenz des Deutschlandtickets Schritt für Schritt zugunsten des ÖPNV verändern und zunehmend Auto-Wege durch

[15] Überschlägig die Summe der „unteren Werte“ der CO2-Äquivalente pro Jahr für den öffentlichen Verkehr in der vorangehenden Tabelle – ebenfalls vorläufig, da genauere Werte bei einer 2024 erhöhten Auslastung noch nicht vorliegen.

[16] Zurzeit geplant für März/April 2025.

Deutschlandticket-Wege ersetzt werden. Allerdings möchten wir zum jetzigen Zeitpunkt aufgrund der noch geringen Datenbasis keine Quantifizierung vornehmen. Diese bleibt den Auswertungen der Erhebungsergebnisse 2025 mit einer wachsenden Datengrundlage und einer weiteren Ticket-Etablierung vorbehalten.

Erweiterte Umweltbilanz

Das Verhältnis zwischen vom Auto „abgeworbenen" Fahrten bzw. Kilometern ist nur eine besonders naheliegende Größe einer möglichen Umweltbilanz. Eine anhaltende oder wachsende Reduzierung des Autoverkehrs ist mit weiteren Entlastungen über die CO2-Bilanz hinaus verbunden. Insbesondere würden sich positive Effekte verstärken, wenn sich mittelfristig eine Stagnation oder sogar Verringerung des Pkw-Bestands ergeben sollte.

Zu dem Bündel denkbarer Auswirkungen gehören darüber hinaus geringere Feinstaub- und Lärmbelastungen, aber auch Aspekte des Flächenverbrauchs und anderer Ressourcen des Autoverkehrs, ebenso wie weitere volkswirtschaftliche Effekte[17]. Auch bei einer Erweiterung des Deutschlandtickets etwa in Bartarifvarianten sowie in der Folge möglicherweise erforderlichen Angebotsausweitungen im ÖPNV würden sich ebenfalls bisher kaum betrachtete Wirkungen ergeben. Diese sind zwar nicht unmittelbarer Bestandteil der hier vorgestellten und noch fortzuführenden Evaluation des Deutschlandtickets im Auftrag des Bundes, sollen aber in der künftigen Berichterstattung 2025/26 aufgegriffen und erörtert werden.

4 Teilhabewirkungen des Deutschlandtickets

Deutschlandticket und soziale Teilhabe: Sind mit der jetzigen Datenlage Wirkungen messbar?

Das Deutschlandticket ermöglicht eine deutlich günstigere Nutzung des ÖPNV ohne Limitierung. Aus diesem Grund steht die These im Raum, dass das Deutschlandticket die soziale Teilhabe, insbesondere von Personen mit niedrigem Einkommen, verbessert. Im Rahmen der Primärerhebung ist eine Bewertung der Veränderung der sozialen Teilhabe anhand der Fragen zu sozialen Teilhabeaspekte möglich, die so auch im Rahmen der MiD 2023 gestellt wurden.

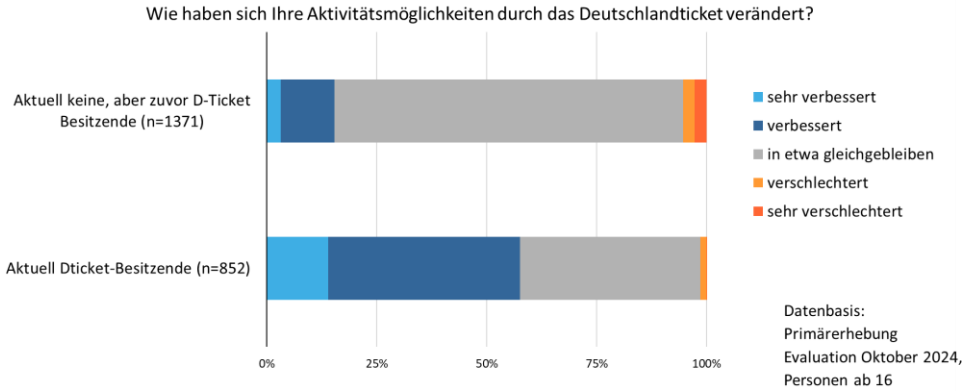
Zum jetzigen Zeitpunkt sind aufgrund der noch aufzubauenden weiteren Stichprobengröße und der fehlenden Daten der MiD 2023 multivariate Auswertungen noch nicht möglich. Aus diesem Grund erfolgt vorläufig eine rein deskriptive Betrachtung. Dabei liegt der Fokus im Rahmen dieses Zwischenberichtes auf der subjektiven Einschätzung der befragten Personen. Insbesondere mithilfe der MiD-Daten können in Zukunft beispielsweise gemessene Teilhabeindikatoren (z.B. tägliche Wegeanzahl oder zurückgelegte Wegstrecke) auf Basis der tatsächlich getätigten Wege gebildet werden. Denkbar ist hier beispielsweise ein lineares

[17] Vgl. zum Beispiel https://exeo-consulting.com/pdf/exeo_Zukunft%20Deutschlandticket%20VARI_2024.pdf

Regressionsmodell oder andere statistische Verfahren, um die Wirkung des Deutschlandticketbesitzes auf die Teilhabe zu untersuchen. Außerdem kann eine konkrete Betrachtung spezifischer Wegezwecke erfolgen, die für die Teilhabe relevant sind (Einkauf, Freizeit, etc.).

Dabei zeigt sich, dass mehr als die Hälfte der aktuell Deutschlandticket-Besitzenden angibt, dass sich ihre Aktivitätsmöglichkeiten durch das Deutschlandticket verbessert haben (siehe Abbildung 16). Dies lässt darauf schließen, dass die Nutzenden es zumindest so empfinden, dass die soziale Teilhabe durch das Deutschlandticket gestiegen ist. Personen, die das Deutschlandticket einmal besessen haben, aber derzeit nicht mehr besitzen, geben dagegen zu einem deutlich geringeren Anteil (gut 10 Prozent) an, dass sich ihre Aktivitätsmöglichkeiten durch das Deutschlandticket verbessert haben. Dies kann möglicherweise damit begründet werden, dass diese Gruppe sich das Deutschlandticket eher anlassbezogen kauft und somit durch den kurzzeitigen Besitz keine zusätzlichen Aktivitäten unternimmt.

Abbildung 16 Veränderung der Aktivitätsmöglichkeiten in Abhängigkeit vom Deutschlandticket-Besitz



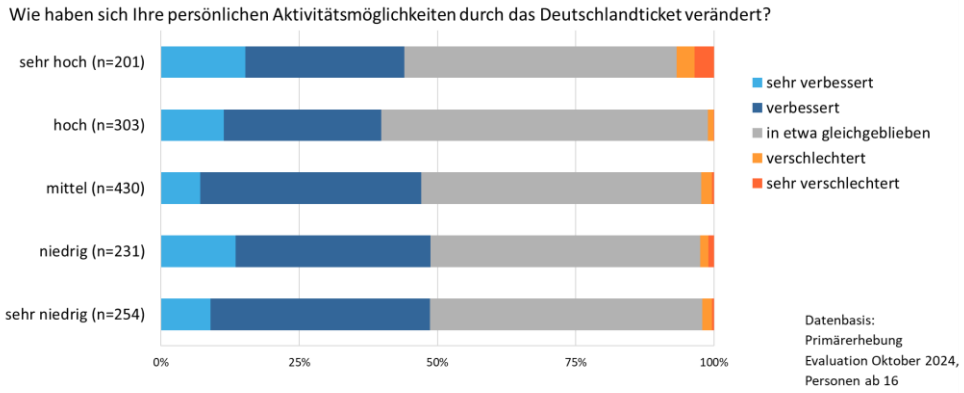
Zum jetzigen Zeitpunkt zielführend ist die Betrachtung der „Teilhabe-Fragestellung“ in Abhängigkeit vom ökonomischen Status des Haushalts, da die Vermutung nahe liegt, dass sich die Teilhabe vor allem bei niedrigen Einkommensgruppen verbessert hat. Personen höhere Einkommensklassen haben in der Regel mehr alternative Möglichkeiten, mobil zu sein und sind weniger kostensensitiv. Die Betrachtung der Teilhabe beinhaltet die Einschätzung der Veränderung der persönlichen Aktivitätsmöglichkeiten und Abhängigkeit vom ökonomischen Status[18]. Betrachtet werden nur Personen, die das Deutschlandticket besitzen oder schon mal besessen haben.

Hier zeigt sich jedoch im Gegensatz zur oben dargelegten These, dass der Anteil der Personen, der angibt, dass sich ihre Aktivitätsmöglichkeiten durch das Ticket

[18] gebildet über eine Gruppierung der befragten Personen abhängig von der Höhe des Äquivalenz-Pro-Kopf-Einkommens ihres Haushalts

verbessert haben, unabhängig vom ökonomischen Status ist (siehe Abbildung 17). In der Gruppe der Personen mit sehr hohem ökonomischem Status geben rund 45 Prozent der Befragten an, dass sich ihre Aktivitätsmöglichkeiten verbessert haben, bei Befragten mit sehr niedrigem ökonomischem Status sind es knapp 50 Prozent. Möglicherweise ist dies damit zu begründen, dass Personen mit hohem oder sehr hohem ökonomischem Status eher dauerhaft über das Ticket verfügen, während Personen mit niedrigem oder sehr niedrigem ökonomischem Status das Ticket nur temporär für ganz spezifische Wegezwecke besitzen. Mit einer wachsenden Stichprobe im Verlauf der Primärerhebung und auch mithilfe der MiD-Daten können zukünftig voraussichtlich klarere Aussagen zu diesem Thema getroffen und nach Teilgruppen unterschieden werden. Auch eine multivariate Betrachtung kann möglicherweise weitere, bisher für uns nicht sichtbare Zusammenhänge demonstrieren.

Abbildung 17 Veränderung der Aktivitätsmöglichkeiten in Abhängigkeit vom ökonomischem Status

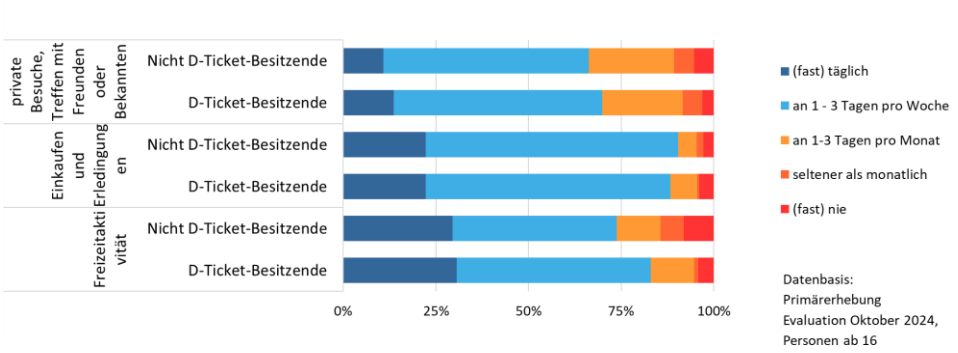


Ein weiterer Indikator für die soziale Teilhabe ist die Häufigkeit spezifischer Außer-Haus-Aktivitäten. Je häufiger Personen diesen Aktivitäten nachgehen, desto höher ist deren soziale Teilhabe. Die folgende Abbildung 18 zeigt die Häufigkeit verschiedener Außer-Haus-Aktivitäten in Abhängigkeit davon, ob diese Personen aktuell über ein Deutschlandticket verfügen oder nicht. Im Allgemeinen sind keine deutlichen Unterschiede zwischen den beiden Gruppen feststellbar. Nennenswert ist lediglich, dass der Anteil der Personen, die sehr selten oder nie Freizeitaktivitäten oder privaten Besuchen nachgehen, bei der Gruppe der Nicht-Deutschlandticket-Besitzenden leicht höher ausfällt. Die dargestellte Frage lässt jedoch keine Rückschlüsse auf die individuell spezifisch gewünschte soziale Teilhabe zu. Daher kann der Unterschied möglicherweise auch damit begründet werden, dass sich in dieser Gruppe z. B. mehr Seniorinnen und Senioren befinden als in der Gruppe mit Deutschlandticket-Besitz. Zukünftig ist hier in späteren Auswertungen ein multivariater Ansatz denkbar, um die verschiedenen Einflüsse in einem Modell genauer zu analysieren. Hier würden weitere soziodemografischen Merkmale als Einflussfaktoren mit einbezogen werden. Dies ermöglicht, dass die Einflussgröße „Deutschlandticket-Besitz“ von anderen Einflussgrößen (z.B. Alter, Beschäftigungsstatus, PKW-Zugang, etc.) unabhängig betrachtet und somit eine

„kontrollierte“ Aussage zum Einfluss des Deutschlandticket-Besitzes getätigt werden kann.

Grundsätzlich lassen die ersten drei Monate der Primärerhebung noch keine Aussage darüber treffen, inwiefern sich die tatsächliche Teilhabe durch das Deutschlandticket verändert hat. Aus subjektiver Sicht gibt jedoch mehr als die Hälfte der Befragten mit aktuellem Deutschlandticket-Besitz an, dass sich deren Aktivitätsmöglichkeiten durch das Ticket verbessert haben. Dies ist ein erster Indikator dafür, dass Teilhabeeffekte durch das Deutschlandticket existieren. Allerdings zeigt sich auch, dass diese kaum vom ökonomischen Hintergrund der Befragten abhängen, sondern für alle Gruppen gleichermaßen zutreffen. Beim 9-Euro-Ticket, das andere sozialpolitische Ziele verfolgte, war dies aufgrund des anderen Preisniveaus und der kurzen Verfügbarkeitsspanne noch anders[19].

Abbildung 18 Häufigkeit von Aktivitäten in Abhängigkeit vom Deutschlandticket-Besitz



5 Potenziale des Deutschlandtickets, Ticketfamilie und mögliche Zusatznutzen

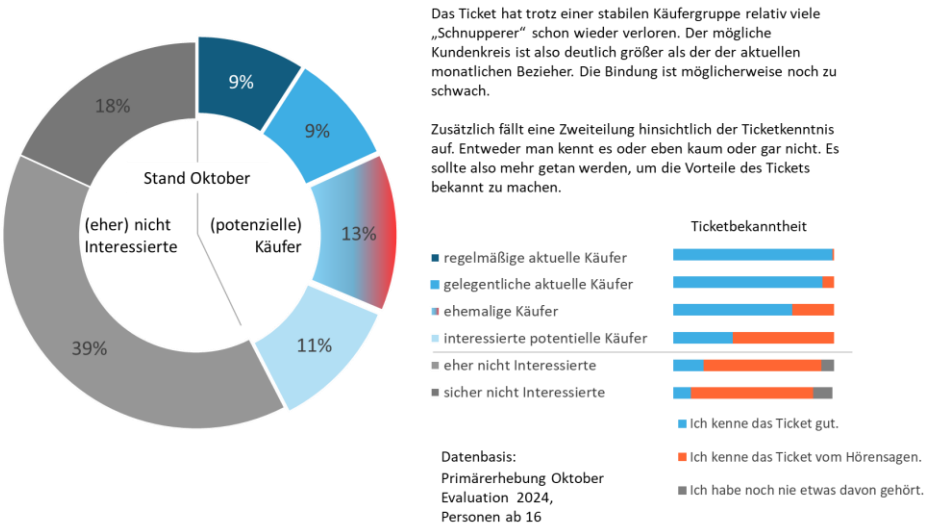
Um das weitere Potential des Deutschlandtickets abzuschätzen, kann es neben der Betrachtung der Personen, die ein Deutschlandticket besitzen, auch relevant sein, sich diejenigen Personen anzuschauen, die sich bisher gegen das Angebot entschieden haben. Auf Basis eines multivariaten Analysemodells lässt sich beispielsweise zeigen, dass insbesondere Seniorinnen und Senioren, aber auch Personen mit sehr geringem ökonomischem Status, beim Deutschlandticket-Besitz unterrepräsentiert sind. Diesen Befunden sowie weiteren Ansätzen zu einer besseren Potenzialausschöpfung geht das folgende Kapitel nach.

[19] Siehe etwa in gemeinsamen Analysen von infas und WZB: https://www.infas.de/publikationen/mobilitaetsreport-07-alles-wie-vorher-die-verkehrswende-zwischen-9-euro-ticket-und-alten-herausforderungen/

Erster Schritt: eine einfache Potenzialbetrachtung

In der folgenden Abbildung 19 sind erste Ergebnisse zu Kaufsegmenten und Potenzialen des Deutschlandtickets dargestellt. So sind 42 Prozent aller befragten Personen entweder regelmäßige oder gelegentliche, ehemalige oder interessierte potenzielle Käuferinnen und Käufer des Deutschlandtickets. Eher oder sicher nicht interessierte Personen machen zusammen 57 Prozent aus. Aufschlussreich ist dabei vor allem die große Gruppe ehemaliger Käuferinnen und Käufer, für die künftig bessere Bindungsstrategien zu entwickeln sind. Regelmäßige und gelegentliche Käufer geben an, das Deutschlandticket gut zu kennen. Zudem lässt sich anhand der Grafik ableiten, dass potenzielle Käufer und Personen, die (eher) nicht am Deutschlandticket interessiert sind, das Ticket nur schlecht kennen. Ganz unbekannt ist das Ticket dagegen aber nur bei einem sehr geringen Teil der Bevölkerung.

Abbildung 19 Aktueller Stand zu Kaufsegmenten und Potenzial



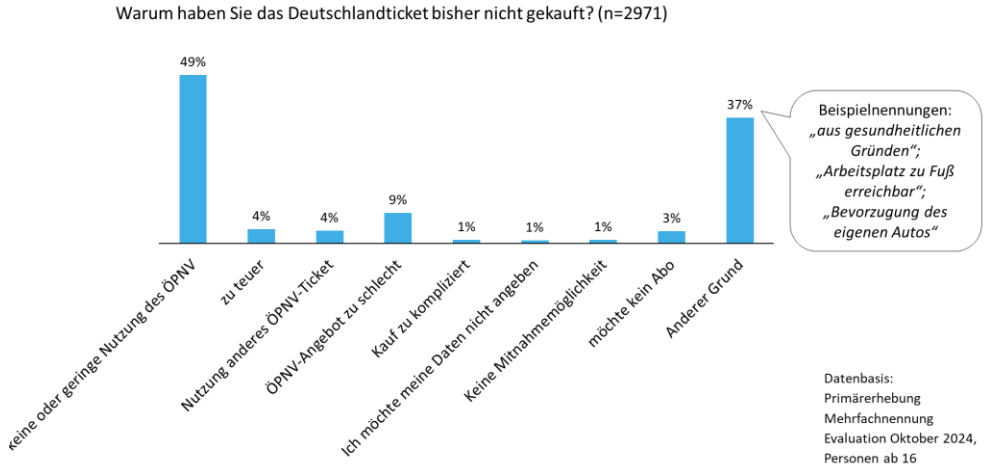
Zweiter Schritt: Blick auf Nutzungshemmnisse

Um mehr über die Gruppe der Nicht-Nutzenden des Deutschlandtickets zu erfahren, ist die Betrachtung der persönlichen Gründe wichtig, die gegen den Kauf des Tickets sprechen. Eine konkrete Abfrage dieser Gründe erfolgte im Rahmen der Primärerhebung. Die folgende Abbildung 20 zeigt, dass etwa die Hälfte der Personen, die nicht das Deutschlandticket nutzt oder je genutzt hat, angibt, dass sie den ÖPNV selten oder nie nutzt. Neun Prozent geben das schlechte ÖPNV-Angebot als Grund an. Lediglich vier Prozent bezeichnen das Deutschlandticket als zu teuer. Auch die Komplexität des Kaufes oder die Notwendigkeit der Angabe von Daten scheinen für einen Großteil der Befragten keine Rolle zu spielen. Unter den 37

Prozent der Befragten, die andere konkrete Gründe angaben, finden sich in den Antworten die bestehenden Antwortkategorien in ähnlicher Verteilung wieder.

Es zeigt sich also, dass vor allem die bestehenden Nutzungsmuster von Verkehrsmitteln ein Hemmnis sind. Ein Umstieg von anderen Verkehrsmitteln auf den ÖPNV erfolgt nicht allein auf Basis einer Kostenbetrachtung, sondern weitere Aspekte spielen eine relevante Rolle. Hierzu gehören primär Hemmnisse wie ein fehlendes ÖPNV-Angebot und die damit verbundenen langen Reisezeiten.

Abbildung 20 Gründe gegen einen Deutschlandticket-Kauf



Dritter Schritt: eine komplexere statistische Analyse und ihre Ableitungen

Multivariate Analysen (gleichzeitige Betrachtung mehrerer Variablen) ermöglichen, Beziehungen zwischen unterschiedlichen Variablen, die möglicherweise untereinander in Verbindung stehen, deutlich zu machen und zu erklären. So korreliert beispielsweise das Alter sehr stark mit dem Beschäftigungsstatus. Deskriptiv lassen sich Alter und Beschäftigungsstatus jeweils einzeln mit dem Deutschlandticket verknüpfen. Multivariate Analysen beziehen aber beide Eigenschaften mit ein und ermöglichen somit eine kontrollierte Aussage unter Berücksichtigung aller Variablen. Ein binäres Logitmodell ist ein statistisches bivariates Verfahren, das verwendet wird, um die Wahrscheinlichkeit eines bestimmten Ereignisses zu modellieren, das nur zwei mögliche Ausprägungen hat (z.B. Ja/Nein oder Deutschlandticketbesitz / Kein Deutschlandticketbesitz). Das Modell basiert auf der Annahme, dass die logistische Funktion verwendet wird, um die Beziehung zwischen einer oder mehreren unabhängigen Variablen (Prädiktoren) und einer abhängigen binären Variabel (hier Deutschlandticket-Besitz) herzustellen. Eine Anwendung des Modells erfolgt, um zu verstehen, welche Faktoren einen Einfluss auf den Besitz des Deutschlandtickets haben. Die abhängige Variable ist hier der Deutschlandticketbesitz. Die Prädiktoren sind soziodemographische Eigenschaften der Person oder des Haushalts. Da es sich bei den Prädiktoren nicht um metrische Variablen handelt, sondern diese in Kategoriengruppen eingeteilt sind, müssen Referenzgruppen (Ref.) gebildet werden. Die Signifikanzen und Koeffizienten

beziehen sich dann immer auf die Referenzgruppe. Jeder Koeffizient gibt an, wie sich die Log-Odds (Logarithmus der Chancen) für die Ausprägung der unabhängigen Variable gegenüber der Referenz verändert, während alle anderen Variablen konstant gehalten werden. Ein positiver Koeffizient bedeutet, dass die Wahrscheinlichkeit für den Deutschlandticketbesitz steigt. Mithilfe der Signifikanzwerte lässt sich prüfen, ob die Ergebnisse statistisch signifikant sind. Hier erfolgt dies mithilfe des sogenannten p-Wertes. Je niedriger der p-Wert, desto höher die Signifikanz. Bei Werten über 0,05 (bzw. 0,1) werden die Ergebnisse in der Regel als nicht signifikant bezeichnet.

Die Auswertung des erstellten binären Logitmodells zeigt, dass sich mit zunehmendem Alter die Wahrscheinlichkeit des Deutschlandticket-Besitzes reduziert (siehe Tabelle 3). Junge Erwachsene (16-24-Jährige) haben eine höhere Wahrscheinlichkeit (geringe Signifikanz), ein Deutschlandticket zu besitzen als ältere Erwachsene. Zudem wirkt sich der Zugang zum Pkw negativ auf die Wahrscheinlichkeit aus, ein Deutschlandticket zu besitzen. Mit höherer Pkw-Verfügbarkeit (jederzeit oder gelegentlich) sinkt die Wahrscheinlichkeit, das Deutschlandticket zu besitzen. Gleichzeitig haben Personen in Ausbildung eine deutlich höhere Wahrscheinlichkeit, ein Deutschlandticket in der Tasche zu haben als berufstätige Personen. Bei Seniorinnen und Senioren ist die Wahrscheinlichkeit dagegen geringer als bei berufstätigen Personen. Bei den ökonomischen Statusgruppen zeigen sich dagegen weniger signifikante Unterschiede, mit Ausnahme der sehr niedrigen ökonomischen Statusgruppe, die eine stark signifikant geringere Wahrscheinlichkeit des Deutschlandticket-Besitzes aufweist. Dies legt nahe, dass das Deutschlandticket für Personen mit sehr niedrigem Einkommen möglicherweise nach wie vor zu teuer ist. Möglicherweise besitzt ein nennenswerter Anteil dieser Gruppe aber auch ein anderes Sozialticket und benötigt deshalb kein weiteres ÖPNV-Aboticket. Zudem haben Frauen eine höhere Wahrscheinlichkeit, ein Deutschlandticket zu besitzen als Männer. Personen mit Wohneigentum weisen eine geringere Wahrscheinlichkeit auf, ein Deutschlandticket zu besitzen, als Personen, die zur Miete wohnen.

Tabelle 3 Binäres Logitmodell zum Deutschlandticket-Besitz

Binäres Logitmodell zum Deutschlandticket-Besitz Abhängige Variable: Aktueller Deutschlandticket-Besitz	Koeffizienten	Std.-Abw.	Sign.
(Intercept)	- 1,195	0,249	***
Ökonomischer Status			
Sehr niedrig	- 0,798	0,140	***
Niedrig	- 0,252	0,135	.
Mittel [Ref]	-	-	
Hoch	- 0,297	0,126	*
Sehr hoch	- 0,360	0,153	*
Alter in Jahren			
16 - 24	0,357	0,194	.
25 - 44	0,117	0,121	
45 – 59 [Ref]	-	-	
60 – 64	- 0,538	0,199	**
> 65	- 0,264	0,251	
Beschäftigungsstatus			
Berufstätig [Ref]	-	-	
In Ausbildung	0,656	0,173	***
Rentner/in	- 0,942	0,245	***
Arbeitslos, Hausfrau/-mann	- 0,402	0.230	.
Sonstiges	- 1,674	0,564	**
Führerscheinbesitz			
Führerschein [Ref]	-	-	
Kein Führerschein	0,186	0,135	
PKW-Verfügbarkeit			
Immer [Ref]	-	-	
Gelegentlich	1,118	0,127	***
Nie	1,398	0,178	***
Geschlecht			
Männlich [Ref]	-	-	
Weiblich	0,161	0,092	.
Migrationshintergrund			
Kein Migrationshintergund [Ref]	-	-	
Migrationshintergrund	0,116	0,100	
Wohnsituation			
Miete [Ref]	-	-	
Eigentum	- 0,294	0,099	**
Raumtyp (RegioStaR 7)			
Metropolen	0,610	0,231	**
Regiopolen und Großstäde	0,029	0,242	
Mittelstädte, städt. Raum (Stadtregion)	- 0,197	0,229	
Kleinstädtischer dörflicher Raum (Stadtregion) [Ref]	-	-	
Zentrale Städte (Ländliche Region)	- 0,481	0,277	.
Mittelstädte, städtischer Raum (Ländliche Region)	- 0,514	0,247	*
Kleinstädtischer, dörflicher Raum (Ländliche Region)	- 1,150	0,272	***
AIC	2954,6		
*Sign. Codes: 0 *** 0,001 ** 0,01 * 0,05 . 0,1*			

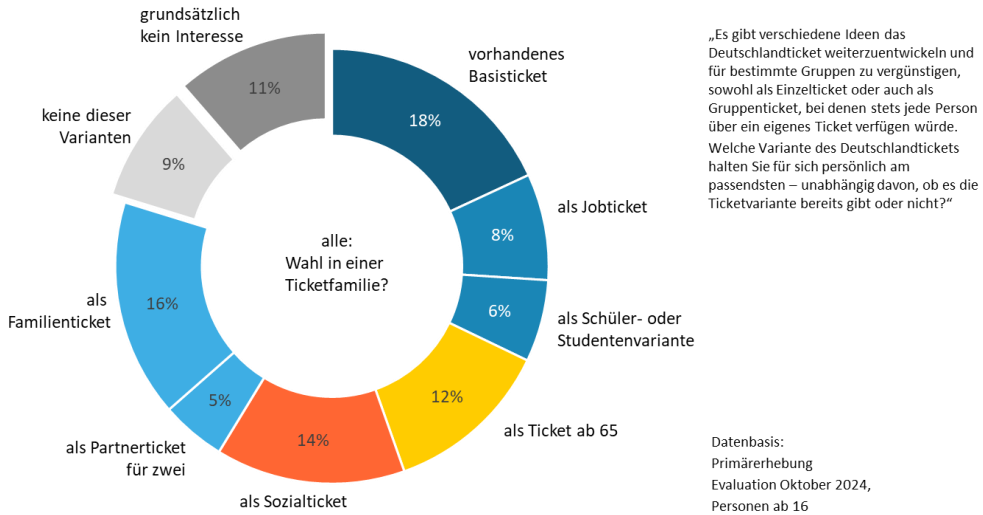
Die Unterschiede zwischen Regiopolen und Großstädten sowie Mittelstädten in einer Stadtregion sind hinsichtlich des Deutschlandticket-Besitzes gegenüber dem kleinstädtischen, dörflichen Raum in einer Stadtregion nicht signifikant. Das bedeutet, dass sich die Wahrscheinlichkeit, ein Deutschlandticket zu besitzen, nicht signifikant zwischen diesen Gemeindetypen des städtischen Raums unterschiedet. Eine Ausnahme stellen die Metropolen dar. Dort haben Personen eine signifikant höhere Wahrscheinlichkeit, ein Deutschlandticket zu besitzen. Personen aus ländlicheren Regionen, insbesondere im kleinstädtischen, dörflichen Raum, zeigen dagegen eine signifikant geringere Wahrscheinlichkeit für den Deutschlandticket-Besitz. Dabei muss allerdings berücksichtigt werden, dass das vorhandene ÖPNV-Angebot eine wichtige zusätzliche Rolle beim Deutschlandticket-Besitz spielt. In zukünftigen Modellschätzungen planen wir daher, Variablen zur Beschreibung des ÖPNV-Angebots mit aufzunehmen.

Vierter Schritt: erster Blick auf Potenziale einer immer noch „einfachen“ Ticketfamilie

Bisher nur in Ansätzen betrachtet ist die Überlegung einer Deutschlandticket-Familie. Dabei soll die entscheidende Einfachheit der Ticketnutzung konsequent beibehalten, aber Tickets entwickelt werden, die analog zu Job-, Sozial- oder Schülerinnen-und-Schüler- bzw. Studierendentickets spezifische Gruppen adressieren. Ebenfalls denkbar sind Angebote, die Paketlösungen für Familien und Paare bieten, also möglicherweise die einfache gemeinsame Nutzung eines Autos quasi „kopieren“.

Um einen Eindruck zu den Potenzialen einer möglichen Ticketfamilie für unterschiedliche Nutzungsgruppen zu erhalten, wurden alle Befragten unabhängig von ihrer bisherigen Wahl nach ihrer Zuordnung zu einer der vorgestellten Varianten gefragt. Diese Varianten unterscheiden sich nach Nutzungszweck für bestimmte Personengruppen z.B. in die Variante „Jobticket“, „Schüler- oder Studentenvariante“. In der Befragung wird die Passgenauigkeit zur individuellen Situation der Befragungsperson ermittelt (siehe Abbildung 21). Jede Person konnte sich grundsätzlich dagegen entscheiden oder sich einer Variante zuordnen. Vier von fünf befragten Personen tun dies im Interview, zählen also im weitesten Sinne zu möglichen Nutzerinnen oder Nutzern.

Abbildung 21 Akzeptanz von Elementen einer Deutschlandticket-Familie



Dieses Ergebnis zeigt möglicherweise einen weiteren Weg zu einem größeren Stamm von Kundinnen und Kunden. Die in der Befragung genannten Preisorientierungen bzw. Zahlungsbereitschaften reichen von etwa 30,00 EUR monatlich für Sozialticketvarianten bis zu 70,00 bis 80,00 EUR für eine Familienvariante für bis zu fünf Personen. Da das Thema Zahlungsbereitschaften für verschiedene Varianten aus der Ticketfamilie nur zu Beginn der Erhebungen im August und September erhoben wurde, können nur eingeschränkt Aussagen über Bandbreite von Zahlungsbereitschaften getroffen werden. Aktuell ist angedacht diese Fragestellungen in den anschließenden Wellen zu vertiefen.

Das vorhandene Basisticket stellt dabei nur den Ausgangspunkt dar. Auch bereits am Markt befindliche oder weitere Varianten finden eine relativ hohe Akzeptanz. Hinzu kommen Angebote für Paare und Familien. Grundsätzlich desinteressiert ist nur etwa ein Fünftel der Befragten. Umgekehrt heißt dies, dass vier von fünf Befragten bei Modellen in dieser Gestalt als potenzielle Käuferinnen und Käufer in Betracht kommen. Auch diese Befunde werden wir in den kommenden Erhebungen vertiefen.

Fünfter Schritt: Beispiel Zusatznutzen der kostenlosen Kindermitnahme

Eine der am häufigsten geäußerten Ideen zur Weiterentwicklung des Deutschlandtickets ist es, die kostenlose Mitnahme von Kindern zu ermöglichen. In Absprache mit dem BMDV haben wir daher einen Vorschlag für die Gestaltung eines solchen Angebots und die entsprechenden Tarifbestimmungen erarbeitet und mögliche Nachfrage- und Einnahmeneffekte abgeschätzt.

Für die Mitnahme von Kindern gibt es bereits zahlreiche Lösungen. In den Verkehrsverbünden ist die Kindermitnahme bei Zeitkarten oftmals inkludiert. In wenigen Fällen wird in Basis- und Premiumzeitkarten unterschieden und die Mitnahme weiterer Personen als Bestandteil des Premiumpaketes definiert. Oft gibt es Sperrzeiten für die Personen- und Kindermitnahme. Weitverbreitet ist die Regelung, dass die kostenlose Mitnahme montags bis freitags erst ab 18 oder 19 Uhr möglich ist. Am Wochenende gilt keine zeitliche Einschränkung.

Für das Klimaticket Österreich (KTÖ) kann ein Familienzuschlag (KlimaTicket Ö Familie) zum Preis von 110,00 EUR pro Jahr erworben werden. Damit ist die Mitnahme von bis zu vier Kindern möglich. Dabei muss es sich nicht um die eigenen Kinder handeln. Im Deutschlandtarif[20] (ehem. C-Preis/ BBDB), dem bundesweiten SPNV-Tarif für verbundüberschreitende Fahrten, gibt es aktuell für die Kindermitnahme folgende Regelung (siehe Abbildung 22):

Abbildung 22 Auszug aus den Tarifbestimmungen des Deutschlandtarifs (Stand 10.12.2023)

4.2	Kinder
4.2.1	Kinder bis einschließlich 5 Jahre werden nur in Begleitung einer Aufsichtsperson und ohne Fahrkarte oder Fahrberechtigung unentgeltlich befördert. Kinder bis einschließlich 5 Jahre werden auch ohne eine Aufsichtsperson und ohne Fahrkarte oder Fahrberechtigung unentgeltlich befördert, sofern sie sich auf ihrem Schulweg befinden.
4.2.2	Bis zu 3 Kinder im Alter von 6 bis einschließlich 14 Jahren werden in Begleitung eines Erwachsenen unentgeltlich befördert, wenn dieser eine Fahrkarte oder Fahrberechtigung zum Normalpreis gemäß Nr. 4.3 erworben hat.
4.2.3	Alleinreisende Kinder im Alter von 6 bis einschließlich 14 Jahren zahlen den halben Normalpreis gemäß Nr. 4.3.
4.2.4	Die Bedingungen der einzelnen Angebote enthalten ggf. abweichende Regelungen bzgl. der Mitnahme von Kindern.

[20] Der Deutschlandtarif, kurz D-Tarif, ist ein Tarif, der seit dem 1. Januar 2022 im Schienenpersonennahverkehr in Deutschland zur Anwendung kommt und den Nahverkehrstarif der Deutschen Bahn ablöste. Verantwortlich für den Tarif ist die Deutschlandtarifverbund GmbH, an der die ÖPNV-Aufgabenträger und Eisenbahnverkehrsunternehmen beteiligt sind.

Wir schlagen vor, diese Tarifbestimmungen auf das Deutschlandticket zu übertragen. Des Weiteren soll eine Option geprüft werden, bei der die kostenlose Kindermitnahme ganztägig oder montags bis freitags erst ab 18 Uhr gilt. Hierfür haben wir die Nachfrage- und Einnahmeneffekte abgeschätzt.

Die Grundlage der Abschätzung bilden die Verkaufszahlen zum Deutschlandticket sowie die Anzahl Kinder im relevanten Alter (6-14 Jahre). Aus der Kombination dieser Werte wurde im Zusammenspiel mit der Verfügbarkeit von Schüler*innen-Tickets, monatlichen Fahrtenzahlen sowie der durchschnittlichen Mitnahmequote und mittleren Anzahl mitgenommener Kinder je Fahrschein die Summe der zu erwartenden Fahrten durch mitgenommene Kinder abgeschätzt. Diese Fahrten wurden in vier verschiedene Fälle unterteilt, je nachdem, ob die Fahrt ohnehin stattgefunden hätte (und somit Mindereinnahmen erzeugt) oder ob die Fahrten zusätzlich sind. Daraus ergeben sich die zu erwartenden jährlichen Mindereinnahmen infolge der Kindermitnahme.

In der Abschätzung wurde unterstellt, dass keine Schultickets substituiert werden. Die Fahrten zur Schule werden i. d. R. nicht in Begleitung einer erwachsenen Person absolviert. Außerdem sind nur Mindereinnahmen aufgrund des Wegfalls von Tickets des Bartarif-Restsortiments berücksichtigt, nicht aber eine fiktive Vergütung von zusätzlichen Fahrten.

Alle Annahmen und Zwischenergebnisse sind in der nachfolgenden Tabelle 4 dargestellt:

Tabelle 4 Annahmen und (Zwischen-) Ergebnisse zur Abschätzung der Effekte der Mindereinnahmen infolge kostenloser Kindermitnahme

	ohne Sperrzeiten	mit Sperrzeiten
Annahmen		
Aktive Deutschlandtickets	14,0 Mio.	
Marktdurchdringung Deutschlandticket	17 Prozent	
Kinder im Alter 6-14	7.225.000	
Kinder mit Zugriff auf Mitnahme	1.228.250	
Anteil Kinder ohne Schulticket	55 Prozent	
Kinder mit Mitnahmezugriff und ohne eigenes Ticket	675.538	
Fahrten je Deutschlandticket und Monat	35	
Mitnahmequote	3 Prozent	
Mittlere Anzahl mitgenommene Kinder	1,4	
Anteil Fahrten innerhalb Sperrzeiten	entfällt	20 Prozent
Durchschnittlicher Fahrpreis Kind	3,00 €	

	ohne Sperrzeiten	mit Sperrzeiten
Kalkulation		
Fahrten von mitgenommenen Kindern, pro Jahr	11.916.482	9.533.185
Anteil mitgenommenes Kind mit Fahrschein	83 Prozent	83 Prozent
Anteil Fahrt sonst alleine (ohne Kind)	5 Prozent	5 Prozent
Anteil Zusatzwege (beide Personen)	2 Prozent	2 Prozent
Anteil Verlagerung vom MIV	10 Prozent	10 Prozent
Fahrten mitgenommenes Kind mit Fahrschein	9.890.680	7.912.544
Fahrten Fahrt sonst allein (ohne Kind)	595.824	476.659
Fahrten Zusatzwege (beide Personen)	238.330	190.664
Fahrten Verlagerung vom MIV	1.191.648	953.319
Ergebnisse		
Mindererlös durch Mitnahme, pro Jahr	29,7 Mio. €	23,7 Mio. €
Zusätzliche Fahrten, pro Jahr	3.455.780	2.764.624
- davon verlagerte Fahrten	1.191.648	953.319

Tabelle 5 Vergleich Effekt Mitnahmemöglichkeit mit Einnahmen und Zuschussbedarf

	ohne Sperrzeiten	mit Sperrzeiten
Einnahmen DT pro Jahr	7,3 Mrd. €	
Anteil Mindererlös durch Mitnahme an Einnahmen	0,4 Prozent	0,3 Prozent
Zuschussbedarf DT pro Jahr	3,0 Mrd. €	
Anteil Mindererlös durch Mitnahme an Zuschussbedarf	1,0 Prozent	0,8 Prozent
Notwendige zusätzliche Tickets pro Jahr	512.000	409.000
Notwendige zusätzliche Abonnentinnen und Abonnenten (Haltedauer 10 Monate)	51.000	41.000

Die möglichen Mitnahmefälle errechnen sich aus der Durchdringung des Deutschlandtickets, der Zahl der Kinder im relevanten Alter (6-14 Jahre) und der Verfügbarkeit von Zeitkarten im Ausbildungsverkehr. Mit einer mittleren Anzahl mitgenommener Kinder von 1,4 (entspricht dem bundesdeutschen Durchschnitt), einer mittleren monatlichen Fahrtenzahl von 35 sowie einer Mitnahmequote von 3 Prozent kommt man so auf 11,9 bzw. 9,5 Mio. Fahrten (ohne und mit Sperrzeiten) von mitgenommenen Kindern. Diese lassen sich in verschiedene Anwendungsfälle aufteilen, je nachdem, ob die Fahrt ohnehin gemeinsam, ohne Begleitung durch ein Kind oder mit einem anderen Verkehrsmittel stattgefunden hätte.

Der Zusammenhang der Berechnung folgt einer linearen Logik. Reduziert man beispielsweise die monatlichen Fahrten auf 30 Fahrten (-15%) so reduziert sich auch der erwartete Mindererlös um 15%. Läge der Durchschnittspreis eines Kinderfahrscheins im Status quo bei 2,50 EUR anstatt der angenommenen 3,00 EUR, so würden sich die Mindererlöse um ein Sechstel reduzieren.

Mindererlöse entstehen nur in dem Fall, dass die Fahrt ohne die Mitnahmemöglichkeit des Deutschlandtickets auch stattgefunden hätte, wenn für das Kind ein eigenes Ticket hätte gelöst werden müssen. Die erwarteten jährlichen Mindererlöse belaufen sich unter den genannten Rahmenbedingungen und Annahmen auf etwa 29,7 Mio. EUR in einem Szenario ohne Sperrzeiten und 23,7 Mio. EUR für das Szenario mit Sperrzeiten. Bezogen auf die derzeitigen jährlichen Einnahmen aus dem Deutschlandticket (Hochrechnung der Einnahmen aus dem Deutschlandticket-Monitor, Basis Juli 2024) entspricht dies etwa 0,3 bis 0,4 Prozent. Aufgrund der mit Unsicherheiten behafteten Annahmen ist von einer Bandbreite bei den Mindererlösen von +/- 30 Prozent auszugehen.

Sechster Schritt: weitere Entwicklungsmöglichkeiten

Weitere Maßnahmen zur Weiterentwicklung sind noch nicht systematisch evaluiert worden. Allerdings ergeben sich u. a. aus den Expertinnen- und-Experten-Interviews zum Thema Vertrieb und aus strategischen Überlegungen heraus bereits jetzt Ansatzpunkte, die darauf zielen, das Deutschlandticket einfacher, attraktiver und wirtschaftlicher zu machen (Preisdifferenzierung nach Bezugsdauer und Sozialticket).

Preisdifferenzierung nach Bezugsdauer

Die flexible Kündigungsmöglichkeit wird von recht vielen Deutschlandticket-Besitzenden in Anspruch genommen. Von den Personen, die mindestens ein Deutschlandticket gekauft haben, sind 18% Gelegenheitsnutzer, 26% haben es nicht wieder gekauft (vgl. VDV-Marktforschung für den Auswertungsmonat Juni 2024).[21] Diesem Bedürfnis nach Flexibilität stehen ein großer Informationsbedarf und ein hoher Aufwand für die Kommunikation mit Kundinnen und Kunden sowie die vertrieblichen Prozesse (Kündigung, Bestellung) gegenüber.

Eine preisliche Differenzierung des Deutschlandtickets in ein monatliches (kündbares) Ticket und ein Ticket mit längerer Bindung in Form eines Jahrestickets bzw.

[21] Quelle: VDV – Evaluation zum Deutschlandticket, Halbjahresbericht 2024, 10.10.2024

Zwölf-Monats-Tickets könnte die Bindung von Kundinnen und Kunden stärken und den Vertriebsaufwand reduzieren. Auch im Zuge der in Kapitel **Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden.** beschriebenen Interviews wurde dieser Wunsch von den Teilnehmenden geteilt. Zudem gab es Anregungen von interviewten Expertinnen und Experten, die flexible Nutzung des Deutschlandtickets auf das Smartphone als Ticketmedium zu beschränken. Mit dem Smartphone sei die Flexibilität wesentlich günstiger realisierbar als mit der Chipkarte, die neben dem aufwändigeren Bestellprozess Produktions- und Versandkosten verursache.

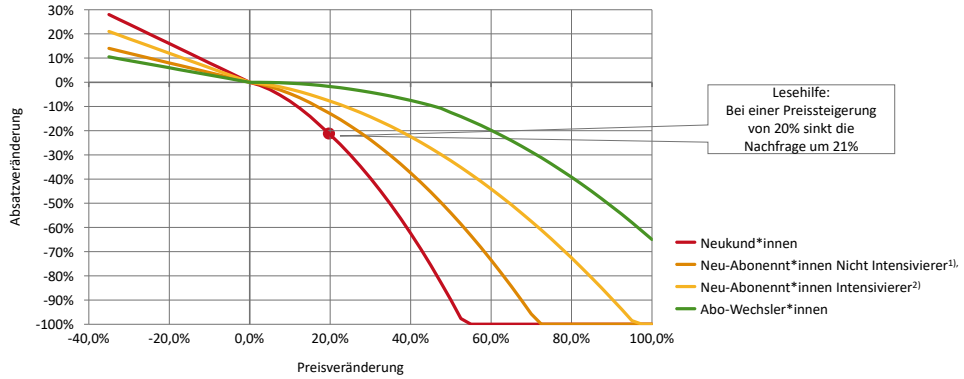
Sozialticket

Ein ermäßigtes Deutschlandticket für bedürftige Personen wird von vielen Gruppen seit Einführung unter dem Aspekt der Teilhabe gefordert. Ein bundesweit zu gleichen Konditionen erhältliches Sozialticket könnte zu einer höheren Akzeptanz von Preismaßnahmen beitragen. Daher sollten die Überlegungen, wie sie auch in der jüngsten Marktforschung des VDV untersucht werden, auch im Rahmen dieser Evaluation weiterverfolgt werden. Erste diesbezügliche Akzeptanzmessungen sind – wie in diesem Kapitel weiter oben dargestellt – bereits erfolgt.

Schließlich: Preisanpassungen

Im Vorfeld der mittlerweile beschlossenen Preisanhebung zum 01.01.2025 wurden die zu erwartenden Nachfrage- und Einnahmeneffekte mit einem Simulationstool, das bzgl. des Aufbaus und der Struktur in vielen Tarifprojekten (u. a. für die Preisfortschreibung des Klimatickets Österreich) eingesetzt wurde, prognostiziert (siehe Abbildung 23). Das Tool baut auf Erfahrungswerten mit validierten Preiselastizitäten der Nachfrage sowie auf Zielgruppen- und Nutzenschwellenanalysen auf. Die Zielgruppen haben wir aus der VDV-Evaluation übernommen. Ebenso sind die Preisstrukturen im sogenannten „Restsortiment“ berücksichtigt. Das hat u. a. zur Folge, dass es bei denjenigen, die das Abo wechseln, im Vergleich z. B. zu den Neukundinnen und -kunden voraussichtlich nur zu geringen Absatzrückgängen kommt.

Abbildung 23 Im Simulationstool hinterlegte Preis-Absatz-Funktionen[22]



1) Sparen mit dem Deutschlandticket gegenüber ihrer vorherigen ÖPNV-Nutzung ein
2) Geben mit dem Deutschlandticket mehr Geld für den ÖPNV aus, als für die vorherige Nutzung

Für die geplante Preissteigerung von 9,00 EUR für das Standard-Deutschlandticket haben wir ausgehend von 12,9 Mio. Deutschlandtickets im Bestand (Jahresäquivalent 2024 auf Basis des Abrufs aus dem Deutschlandticket-Monitor, Stand Oktober 2024) folgende Prognosewerte (durchschnittliche Jahreswerte 2025) errechnet:

Absatzrückgang:	- 600 Tsd. (-4,9 %) aktive Kund*innen im Jahresdurchschnitt
Mehreinnahmen Deutschlandticket:	+ 900 Mio. EUR (+12,4 %) pro Jahr
Mehreinnahmen Restsortiment:	+ 300 Mio. EUR (+6,1 %) pro Jahr

Es ist zu berücksichtigen, dass die Reaktionen in einem kurzen Zeitraum zu Beginn des Jahres höher ausfallen können. Erfahrungsgemäß „erholt" sich die Nachfrage aber wenige Wochen nach Umsetzung einer Preiserhöhung[23].

Die Simulationsergebnisse sind als Prognosedaten zu verstehen und naturgemäß mit Unsicherheiten behaftet. Vor allem externe Faktoren, wie Werbung und Öffentlichkeitsarbeit für das Deutschlandticket, das Angebot und die Zuverlässigkeit des ÖPNV, die Kostenentwicklung des MIV sowie – last but not least – die öffentliche Diskussion um den langfristigen Fortbestand des Deutschlandtickets können die Absatzzahlen maßgeblich beeinflussen. Wie schätzen bzgl. der o. g. Ergebnisse eine Bandbreite von +/-10%).

Einer Betrachtung ebenfalls wert wäre eine Preisminderung gewesen. Hier wäre zu untersuchen, welche Kaufpotenziale (und Einnahmen) durch eine Preisabsenkung erreichbar gewesen wären. Da zum Zeitpunkt unserer ersten Auswertungen die Preiserhöhung jedoch bereits feststand, haben wir diesen Pfad bislang nicht weiterverfolgt.

[22] Funktionen als plausibilisiertes Ergebnis aus Break-Even-Analyse, Analyse der Ticket-/Preisalternativen in den „Restsortimenten" und langjährigen Erfahrungswerten.

[23] Die Schätzung eines Rückgangs von 4,9 Prozent im Jahresschnitt deckt sich mit vorläufigen, in diese Schätzung aufgrund noch zu geringer Fallzahlen nicht eingegangenen Ergebnissen aus den projekteigenen Erhebungen im Oktober und Anfang November. Dort ergibt sich ebenfalls ein Wert von rund fünf Prozent.

6 Exkurs nach Wien & mehr

Das Klimaticket Österreich (KTÖ) wurde im Herbst 2021 mit bundesweiter Gültigkeit in nahezu allen Bussen und Bahnen (Nah- und Fernverkehr) eingeführt. Auch wenn es sich hinsichtlich des Preises (1.095,00 EUR für das Standard-KTÖ) und der Nutzungsmöglichkeiten (inklusive Fernverkehr) vom Deutschlandticket unterscheidet, lohnt sich ein Blick „hinter die Kulissen", da die Ausgangssituation und die Strukturen (Zuständigkeiten im Föderalismus, Verkehrsverbünde etc.) in vielerlei Hinsicht den Rahmenbedingungen in Deutschland ähneln. Zudem begleiten mit infas und mobilité zwei Auftragnehmer der Deutschlandticket-Evaluation auch das österreichische Ticket.

Allgemein

Mit der Einführung des Klimatickets Österreich übernahm der Bund erstmals die Verantwortung für ein Produkt des öffentlichen Verkehrs, einschließlich der Gestaltung und Preisfestsetzung. Die Organisation des Vertriebs des Klimatickets wurde der One Mobility GmbH übertragen. Das Klimaticket Österreich ist eine seit Oktober 2021 erhältliche Jahreskarte für den öffentlichen Verkehr in ganz Österreich. Für 1.095,00 EUR (bzw. 821,00 EUR für Jugendliche oder Seniorinnen und Senioren) ermöglicht es die uneingeschränkte Nutzung sämtlicher öffentlicher Verkehrsmittel, einschließlich des Fernverkehrs. Eine erste Preiserhöhung um 7,7 Prozent erfolgt 2025.

Bereits in der Anfangsphase haben die Verkaufszahlen die Erwartungen übertroffen. Bereits kurz nach Verkaufsstart wurde die 100.000er Marke überschritten, die zunächst nach einem Jahr Laufzeit erreicht werden sollte. Die Verkaufszahlen wachsen stetig weiter und liegen im Herbst 2024 über der Schwelle von 300.000 aktuellen Tickets[24]. Hinzu kommen seit 2022 in verschiedenen Bundesländern und Verkehrsgebieten regionale Ticketvarianten zu verschiedenen anderen Konditionen für regionale Teilgebiete[25]. 1,65 Mio. Personen (ca. 18% der Bevölkerung Österreichs) besitzen eine regional oder bundesweit gültige Jahresnetzkarte (Stand: 10/2024), davon etwa 1 Mio. das 365-EUR-Ticket in Wien.

Rechtsgrundlagen

Die gesetzliche Basis für das Klimaticket Österreich ist das Klimaticketgesetz. Dieses ist im April 2021 in Kraft getreten. Zusätzlich dazu erfolgte die Umsetzung rechtlich auf einem Zusammenspiel einer Verordnung der Klimaschutzministerin (Allgemeine Vorschrift im Sinne der VO (EG) Nummer 1370/2007) und Umsetzungsverträgen mit den Verkehrsverbundorganisationsgesellschaften und Bundesländern. Die vom Bund erlassene Allgemeine Vorschrift gilt für sämtliche Schienen- und Verbundverkehre, jedoch mit Ausnahme von touristischen Verkehrsdiensten. Diese Vorschrift enthält Regelungen zur Anwendung von Tarifen und zu den Abgeltungen für erlösverantwortliche Verkehrsunternehmen, die Einnahmeverluste durch das Klimaticket ausgleichen. Die Einführung des Tickets

[24] https://www.bmk.gv.at/service/presse/gewessler/2024/0922_klimaticket.html

[25] https://www.derstandard.de/story/3000000216131/in-welchen-bundeslaendern-verkauft-sich-das-klimaticket-gut-wo-weniger-gut

wurde durch eine Zusatzvereinbarung zwischen Bund und Ländern im Rahmen bestehender Grund- und Finanzierungsverträge ermöglicht. Gemeinsam mit den Partnern entwickelte der Bund Modelle, um entstehende finanzielle Verluste bei den Verkehrsverbünden zu ermitteln und auszugleichen. Weiterhin wurden Dienstleistungsverträge für den Vertrieb sowie Verträge zur Einhaltung der Datenschutz-Grundverordnung mit allen Vertriebspartnern abgeschlossen.

Finanzierung

Das Klimaticket Österreich wird durch Einnahmen aus Ticketverkäufen sowie durch einen finanziellen Zuschuss aus dem Bundesbudget finanziert. Im Bundesbudget waren für das Jahr 2022 Mittel in Höhe von 160 Mio. EUR eingeplant, und durch die Festlegung im Bundesfinanzrahmengesetz auf vier Jahre ist dieser Zuschuss langfristig gesichert. Die Einnahmen für das Klimaticket lagen im Jahr 2022 bei ca. 340 Mio. Euro.

Abgeltung auf EVU-Ebene

Für die erlösverantwortlichen Eisenbahnverkehrsunternehmen (EVU) erfolgt die Abgeltung des Klimatickets nach einem Yield-Modell auf Basis der Verkehrsleistung, gemessen in Personenkilometer (Pkm). Hierbei wird ein Erlös je Pkm für einen festgelegten Basiszeitraum berechnet, der je nach Nutzung variiert. Der Abgeltungsanspruch passt sich dabei der tatsächlichen Nutzung an. In der Praxis erhalten die EVUs einen zuvor definierten Referenz-Erlössatz je Pkm für ein Abrechnungsjahr. Dieser Referenz-Yield wird unter Berücksichtigung der Erlössituation des Gesamtmarkts einheitlich für alle EVUs in Österreich festgelegt.

Die von KTÖ-Kundinnen und -Kunden zurückgelegten Pkm werden jährlich gemeinsam durch infas, Triconsult und MOTIONTAG mittels Methoden wie Fahrtenbuch, Tracking oder Befragungen ermittelt[26]. mobilité ist für weitere, darüber hinausreichende Evaluationsaufgaben verantwortlich.

Abgeltung auf Verbundebene

Auf der Ebene der Verkehrsverbünde gibt es jeweils spezifische Erlösansprüche pro verkauftem Klimaticket. Hierbei wird die fiktive Einnahmesituation nach Einführung des Klimatickets mit der tatsächlichen Einnahmesituation verglichen. Als Referenz dient ein Basisjahr vor Einführung des Klimatickets, wobei sich der Abgeltungsanspruch mit dem Ticketabsatz in jedem Verbund verändert. Die Berechnung der fiktiven Einnahmesituation basiert auf den Tariferlösen gemäß der verbundinternen Erlösaufteilung. Variablen wie Preis-, Angebots- und Nachfrageänderungen fließen als Parameter in die Berechnung ein. Der Abgeltungsbetrag bildet die Einnahmesituation des Abrechnungsjahres ab, die ohne die Einführung des Klimatickets erreicht worden wäre und die durch Abgeltungen ausgeglichen wird. Um mögliche Überschüsse zu vermeiden, ist hierbei eine Deckelung vorgesehen.

[26] Einige Ergebnisse sind im Report 2002 öffentlich verfügbar:
https://www.bmk.gv.at/themen/mobilitaet/1-2-3-ticket/publikationen/klimaticket-report-2022.html

Vertiefter Austausch geplant

Zur Vertiefung der Informationen und zum gegenseitigen Erfahrungsaustausch ist ein Treffen des österreichischen Bundesministeriums für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie (BMK) mit dem Bundesministerium für Digitales und Verkehr (BMDV) geplant. Dabei sollen die Erfolgsfaktoren und „Lessons Learned“ der Einführung des Klimatickets und des Deutschlandtickets aufgezeigt und diskutiert werden. Ziel ist es zudem, zu überprüfen, inwieweit die österreichischen Governance-Strukturen, Finanzierungs-, Ausgleichs- und Verteilungsmethoden auf das Deutschlandticket übertragbar sind.

7 Vertriebliche Perspektiven

In AP 4 werden die durch das Deutschlandticket initiierten Entwicklungen in den Bereichen Vertrieb, Digitalisierung und Standardisierung evaluiert. Dazu wurden im ersten Schritt seit September 2024 30 Interviews mit Expertinnen und Experten aus Verkehrsunternehmen, Verkehrsverbünden, Verbänden und von Vertriebsdienstleistern geführt (siehe Anhang). Die Interviews dauerten jeweils 1,5 Stunden und beinhalteten Fragen zur Digitalisierung, Ticketmedien, Ticketkontrolle, Erhebung von Verkehrsnachfrage, Effizienz und Standardisierung im Vertrieb, Kosten und Einsparpotenzialen sowie zur Vertriebsorganisation. Jeder Block wurde durch eine These abgeschlossen, die auf einer Skala von 1 bis 10 durch die interviewten Expertinnen und Experten bewertet und anschließend qualitativ eingeordnet wurde.

Ergebnisse der bisherigen Fachgespräche mit Branchenvertreterinnen und -vertretern

Beim vorliegenden Bericht handelt es sich um eine erste Kurzauswertung der Interviews (mit Fokus auf die Thesen), bei der einzelne Schwerpunktthemen aufgegriffen werden (siehe Abbildung 24). Kursiv jedem Absatz vorangestellt ist eine knappe Zuspitzung der jeweiligen Befunde.

Digitalisierungsschub

Der erste Schritt in Richtung einheitlicher digitaler Ticketprodukte und digitaler Vertriebsprozesse ist getan. Nun müssen die angestoßenen Schritte konsequent verfolgt und durch begleitende Maßnahmen unterstützt werden.

Die Gespräche belegen, dass durch das Deutschlandticket an vielen Orten ein Digitalisierungsschub stattgefunden hat. Insbesondere kleinere und mittlere Organisationen haben – ausgelöst durch das Deutschlandticket – in Digitalisierung investiert oder bereits geplante Investitionen vorgezogen. Größere Organisationen waren in der Regel bereits gut aufgestellt, gehen jedoch für die Branche als Ganzes ebenfalls von einem positiven Effekt aus.

Gleichzeitig geben viele der Expertinnen und Experten an, dass die Digitalisierung noch lange nicht abgeschlossen sei und vielfach nur das Nötigste umgesetzt werden konnte. Beispielsweise sei eine Integration des Deutschlandtickets in die Bestandsapps nicht umsetzbar gewesen, weswegen zusätzliche Apps angeschafft wurden, die mittel- und langfristig in die Bestandsapps überführt werden müssten. Insbesondere bei den Kundinnen- und Kundenprozessen sowie den Hintergrundsystemen und -prozessen gebe es bezüglich der Digitalisierung noch viel Entwicklungsbedarf.

Ticketmedien

Der Wunsch, das Smartphone als Hauptticketmedium zu etablieren, ist grundsätzlich vorhanden. Die Plastikkarte wird es ohne restriktive Vorgabe aber noch längere Zeit geben.

Als Ticketmedien für die Ausgabe des Deutschlandtickets dominieren die Smartphone-App und die Chipkarte. Die befragten Expertinnen und Experten schätzen

die Smartphone-Lösung als einfaches und flexibles Medium. Insbesondere die monatliche Kündbarkeit sei auf diesem Weg einfacher umzusetzen. Gleichzeitig hat die Chipkarte vielerorts noch einen hohen Marktanteil, insbesondere dort, wo vorher bereits Abonnements auf Chipkarten ausgegeben wurden. Die Expertinnen und Experten sehen in Zukunft eine stärkere Verbreitung des Smartphones und befürworten eine solche Entwicklung (vgl. These). Die Chipkarte wird insbesondere als Rückfallebene für Personengruppen gesehen, die kein Smartphone nutzen können oder wollen (z. B. Schülerinnen und Schüler, Seniorinnen und Senioren).

Standards

Ein alleiniger Standard ist wünschenswert, doch wichtiger sind der Branche verbindliche Regelungen und Zuverlässigkeit.

Die verwendeten Kontrollstandards werden von den befragten Gesprächspartnerinnen und -partnern als insgesamt gut bezeichnet. Zwar wünschen sich viele einen einheitlichen Kontrollstandard, doch stellt das Vorhandensein zweier paralleler Standards für die Mehrheit kein größeres Problem dar.

Anders verhält es sich bei der Frage nach sonstigen Standards bzw. allgemeiner Vereinheitlichung. Viele der Befragten vermissen weiterhin Einheitlichkeit und fordern weitere Konkretisierungen. Dabei geht es beispielsweise um die Durchsetzung der Tarifbestimmungen des Deutschlandtickets in puncto angebrochener Monat. Die Expertinnen und Experten möchten auf verbindliche Regelungen und Standards zurückgreifen können und fordern, gleiche Bedingungen für alle Akteurinnen und Akteure der Branche zu schaffen. Insgesamt kann der Wunsch nach weiterer Regulierung beim Deutschlandticket als hoch beschrieben werden.

Einsparpotenziale

Für die Einführung des Deutschlandtickets waren Investitionen notwendig. Einsparungen konnten bisher nicht realisiert werden.

Weniger Einigkeit besteht bei der Frage nach möglichen Einsparpotenzialen. Viele Interviewpartnerinnen und -partner sehen Möglichkeiten, Einsparungen zu realisieren, jedoch ist dies nach den bisherigen Selbsteinschätzungen keinem der befragten Akteurinnen und Akteure gelungen. Einige der Befragten gaben sogar an, dass sie nicht erwarten, dass die getätigten Investitionen je durch Einsparungen aufgewogen werden können. Die Expertinnen und Experten gaben mehrheitlich an, dass mittlere bis größere Investitionen getätigt werden mussten, um das Deutschlandticket an den Markt zu bringen. Dabei fielen vornehmlich Kosten für die Aufrüstung der technischen Systeme, die Einführung von Chipkarten nach VDV-KA-Standard und die Aufstockung des Personals in Servicecentern, um den erhöhten Informationsbedarf zu bewältigen, an.

Rahmenbedingungen Einsparungen

Das Potenzial für Einsparungen ist vorhanden, kann jedoch nur gehoben werden, wenn verlässliche Vorgaben und Mut zur Veränderung bestehen.

Mittel- und langfristig werden teilweise Potenziale gesehen, Einsparungen durch die Digitalisierung und Standardisierung zu realisieren. Als notwendige

Rahmenbedingungen werden verlässliche und dauerhafte Vorgaben beim Deutschlandticket sowie Finanzierungssicherheit genannt. Die Mehrheit der Befragten ist sich einig, dass in der Branche Zukunftsängste und Widerstände gegenüber Veränderungen bestehen. Politische Rahmenbedingungen werden zwar als notwendig angesehen, doch ihre oft komplexen Strukturen und die fehlende politische Unterstützung erschweren den Fortschritt in Richtung Standardisierung und würden die ohnehin zurückhaltenden Akteurinnen und Akteure zusätzlich ausbremsen. In der Folge bedürfe es vielfach einfacherer Vorgaben sowie mehr Mut und Gestaltungsspielraum beim „Abschneiden alter Zöpfe". Anpassungen am Bestand, zum Beispiel durch die Abschaffung von Barzahlungen oder einzelner Vertriebskanäle, seien zwingend notwendig, um Einsparungen realisieren zu können.

Zentralisierung

Es bedarf Vertriebsstrukturen, die die lokale Liquidität sichern, Regionalität bewahren und die gewohnte Unterstützung vor Ort gewährleisten, um eine effiziente und nachhaltige Lösung zu fördern.

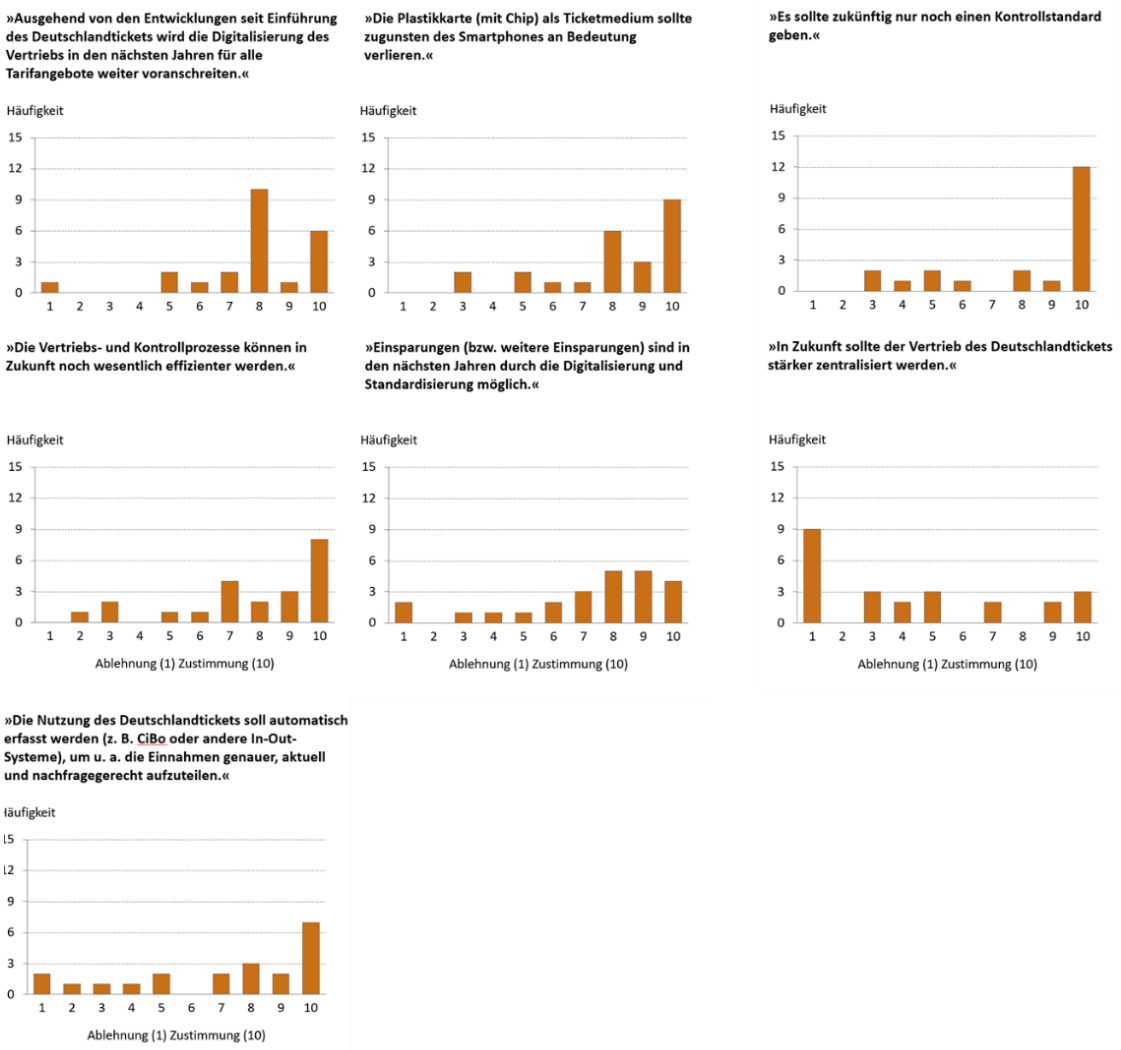
Eine starke Zentralisierung des Vertriebs wird eher kritisch betrachtet. Neben der Sorge vor lokalen Liquiditätsengpässen und einer ungünstigen Monopolbildung wird insbesondere die Sorge vor dem Verlust der Regionalität und dem lokalen Bezug zum ÖPNV genannt. Zwar werden punktuell Ansätze der Zentralisierung als Möglichkeit der Effizienzsteigerung gesehen, jedoch müsse sichergestellt werden, dass die Liquidität aller Unternehmen gesichert ist und dass Kundinnen und Kunden vor Ort die gewohnte und notwendige Unterstützung und Beratung finden. Vor dem Hintergrund der noch unklaren Einnahmeaufteilung und zukünftigen Finanzierung lehnen die Befragten eine Zentralisierung des Vertriebs größtenteils (eher) ab.

Finanzierung

Es braucht gesicherte finanzielle Perspektiven sowie klare strategische Vorgaben und mehr Zeit, um ein stabiles System zu etablieren und Effizienzpotenziale zu heben.

Über allem schweben die vielfach genannten Themen Finanzierung bzw. Finanzierungssicherheit sowie Strategie und Richtungsvorgaben. Viele der Interviewten gaben an, damit zu kämpfen, in der Kürze der Zeit alle politischen Anforderungen, inklusive des Deutschlandtickets, umzusetzen, während der Fortbestand weiterhin ungewiss sei. Man wünsche sich eine gesicherte Perspektive und etwas Zeit, um ein eingespieltes System realisieren zu können und mögliche Effizienzen zu heben. Dafür sei neben dem Alltagsgeschäft oft keine Zeit.

Abbildung 24 Bewertung der vorgestellten Thesen



Details Thesen

Die Einschätzung der Expertinnen und Experten zu den Thesen in den verschiedenen Themenblöcken zeigt ein vielschichtiges Bild. Insgesamt stimmen die meisten den Thesen zu, wobei sich in allen Bereichen mitunter große Abweichungen nach unten feststellen lassen – also sich ein durchaus heterogenes Einschätzungsbild ergibt. Bei den Themen Ticketmedien und Kontrollstandard besteht dabei zwar die größte Zustimmung, doch auch hier zeigt sich kein einheitliches Bild.

8 Aufgabe Einnahmeaufteilung und Abgeltung des Tickets

Die Vorbereitung der Überführung der **Finanzierung des Deutschlandtickets in ein endgültiges System** ab dem Jahr 2026 (TL 5.3) wurde aufgrund des im Jahr 2025 notwendigen einzuleitenden Gesetzgebungsverfahrens und einem darauf beruhenden Wunsch des Auftraggebers in der ersten Projektphase, teilweise auch über die eigentlichen Evaluationsaufgaben hinaus, mit hoher Priorität bearbeitet. Die zentralen bisherigen Einschätzungen werden im folgenden Kapitel vorgestellt.

Parameter für den Erlösanspruch

Auswertungen des Deutschlandticket-Monitors (www.deutschlandticketclearing.de) lassen die Größenordnungen des zukünftigen Finanzierungsbedarfs erkennen. Neben der Preisentwicklung des Deutschlandtickets und der Absatzentwicklung hängt die Höhe des Finanzierungsbedarfs ab 2026 entscheidend vom zukünftigen Ausgleichsmechanismus ab, der nach Beendigung der Rettungsschirmsystematik greifen wird. Aus der Branche gibt es hierzu derzeit nur grobe Vorstellungen.

Aufgrund der Wichtigkeit und Dringlichkeit, einen neuen, auf Langfristigkeit ausgerichteten Ausgleichsmechanismus zu finden, wurden in den letzten Monaten beraterseitig konzeptionelle Überlegungen zu einem zukunftsweisenden Finanzierungssystem angestellt und in mehreren Runden mit dem BMDV diskutiert. Basis der konzeptionellen Vorschläge sind Benchmarks aus der Branche, insbesondere mit Blick auf die Lösungen, die von der Abgeltung des Klimaticket Österreichs abgeleitet werden können. Die Daten aus dem Deutschlandticket-Monitor helfen bei der Bewertung dieser Benchmarks nur bedingt weiter, da der hier ausgewiesene Finanzierungsbedarf auf den nach der Musterrichtlinie fortgeschriebenen Solleinnahmen (Rettungsschirmsystematik) beruht.

Kriterien der Finanzierung können aus Sicht des Bundes sein:

- Schaffung eines transparenten Finanzierungssystems
- Sicherstellung der Planungssicherheit
- Reduktion des Komplexitätsgrades
- Begrenzung des Finanzierungsvolumens
- Möglichkeit zur langfristigen Abschmelzung des Zuschussbedarfs
- Aufbau der Finanzierung losgelöst von fortgeschriebenen SOLL-Einnahmen von 2019 (keine automatische, jährliche Steigerung des Ausgleichsbetrags durch pauschale Zuwachsrate)
- Anreize zur Gewinnung neuer Kundinnen und Kunden/Zielgruppen und einer intensiveren Nutzung des Deutschlandtickets

- Berücksichtigung des Ohne-Falls[27] auf Basis realer bzw. erwartbare Marktentwicklungen
- Einbeziehung von Nachfragesteigerungen durch neue Kundinnen und Kunden oder Upgrades zum Deutschlandticket und deren positiven Erlöseffekten
- Gewährleistung der Rechtskonformität

Gespiegelt mit den möglichen, antizipierten Kriterien der Erlösverantwortlichen in der Branche ist festzustellen, dass die ersten drei der oben genannten Punkte durchaus auf Konsens stoßen dürften (Schaffung eines transparenten Finanzierungssystems, Sicherstellung der Planungssicherheit, Reduktion des Komplexitätsgrades). Die Konsensfähigkeit ist mitentscheidend für die letztendliche Umsetzung des Finanzierungssystems. Aber es gibt auch potenzielle Zielkonflikte. Die Erlösverantwortlichen dürften wenig Interesse an einer kompletten Neuausrichtung des Finanzierungssystems und der damit einhergehenden Veränderungen der Ausgleichszahlungen haben. Der bisherige Ausgleichsmechanismus deckt weitestgehend alle Marktrisiken ab, die durch das Angebot und die Nachfrage seit Einführung des Deutschlandtickets entstanden sind und noch entstehen können. Der Bund ist also bei diesem Thema besonders gefordert, zusammen mit den Ländern eigene Ideen für den zukünftigen Ausgleichsmechanismus in die Gremien zu einzubringen.

Die zwei wichtigsten **Prämissen**, die den Modellen zugrunde liegen, sind:

- Das zukünftige Finanzierungssystem soll **unabhängig von den Erlösen aus den Restsortimenten** werden (Entkoppelung Restsortimente/ Deutschlandticket). Das ist wichtig, damit die in den meisten Regionen überfälligen Reformen, wie die Vereinfachung des Bartarifs und der Verschlankung des sonstigen Zeitkarten-Portfolios, von den Verkehrsverbünden angegangen werden kann.
- Die Ausgleichsleistungen ergeben sich aus der Summe der Deutschlandticket-spezifischen Erlösansprüche unter **Berücksichtigung der Erlöse aus dem Deutschlandticket nach Einnahmenaufteilung**.

Vor diesem Hintergrund wurden zwei Modelle für die zukünftigen Parameter des Erlösanspruchs skizziert und in verschiedenen Abstimmungsterminen diskutiert (siehe Abbildung 25).

[27] Retrograde Abschätzung, wie sich der Markt und die Einnahmen ohne die Einführung des Deutschlandtickets entwickelt hätten.

Abbildung 25 Mögliche Erlösmodelle

Modell 1: Yield-Modell (Erlös je Pkm)	Modell 2: Spez. Erlösanspruch je zugeschiedenem DT
Prinzip: ■ Bezugsgröße ist die **Verkehrsleistung (Pkm),** die mit dem Deutschlandticket erbracht wird ■ Zu ermitteln ist ein Erlös je Pkm für einen Basiszeitraum, ggf. differenziert nach Verkehrsträger und/ oder Raumkategorie ■ Anspruch erhöht oder verringert sich mit der Nutzung ■ Ausgleich: Soll-Yield DT abzgl. Erlös je Pkm aus EAV multipliziert mit den Pkm Deutschlandticket **Voraussetzungen:** ■ Pkm sind für den Basiszeitraum bekannt und werden regelmäßig ermittelt *(Status quo: heterogene Datenverfügbarkeit je TO)*	**Prinzip:** ■ Kalkulatorischer durchschnittlicher **Abopreis vor Einführung DT**, abhängig vom Preisniveau und der Verbundgröße/ den durchschnittlichen Reiseweiten (analog Abgeltung KTÖ auf Verbundebene)[1)] ■ Referenz: Basisjahr oder Durchschnitt aus mehreren Jahren vor DT-Einführung ■ Anspruch erhöht oder verringert sich mit dem DT-Absatz im jeweiligen Bedienungsgebiet **Voraussetzungen:** ■ Absatzzahlen DT müssen den Verbünden/ TO zugeordnet werden (z. B. nach dem PLZ-Prinzip) ■ Sonderregelungen für verbundüberschreitende Verkehre (im Wesentlichen SPNV) und unterschiedliche Nutzungsmuster

1) Optional preisharmonisiert, d. h. Reduktion des Anspruchs bei früher eher hochpreisigen Verbünden/ VU, Erhöhung des Anspruchs bei früher eher niedrigpreisigen Verbünden/ VU

Unsere grundsätzliche Bewertung für den finanziellen Ausgleich fällt zugunsten des Modells 1 aus:

- Das Yield-Modell (Modell 1) ist vorteilhafter, da eine direkte Einbeziehung von Nachfrage und Anreizen sowie der Abgleich mit dem (potenziellen) Einnahmenaufteilungsverfahren (EAV) besser abbildbar sind.
- Zielgerichtete Anreizwirkung durch den Fokus auf eine wirkliche Steigerung der Nutzung ist ebenso besser umsetzbar; auch für eine (teilweise) Gegenrechnung positiver Effekte durch das Deutschlandticket insgesamt (Begrenzung des Finanzierungsvolumens).

In Summe werden die Kriterien aus Sicht des Bundes besser erfüllt. Potenzielle Schwierigkeiten mit uneinheitlichen Datengrundlagen können annahmebasiert, z. B durch Analogieschlüsse mit vergleichbaren Verkehrsräumen, aufgelöst werden.

Modell 2 erscheint zunächst weniger komplex, aber auch hier sind Nachfragegrößen zu ermitteln, die mindestens eine Aufteilung der Ausgleichsleistungen auf Binnenverkehre in den Verkehrsverbünden und verbundüberschreitenden Regionalverkehren ermöglichen.

Sollte es bis 2026 nicht möglich sein, flächendeckend Nachfragedaten zu generieren (über Tracking und/oder Erhebungen), wäre die übergangsweise Anwendung des Modells 2, gegebenenfalls in Kombination mit dem Modell 1 für verbundüberschreitende Verkehre, ein gangbarer Weg. Unabhängig vom Modell müssen die Grundlagendaten für einen zu definierenden Basiszeitraum geschaffen werden. Hierfür ist mindestens ein Jahr Vorlauf einzuplanen.

Fortschreibung der Werte im Rahmen des Ausgleichsmechanismus

Die Parameter für den Erlösanspruch müssen unabhängig vom gewählten Modell jährlich fortgeschrieben werden. Es bietet sich an, dies Index-basiert vorzunehmen (z. B. Verbrauchspreise, Kosten im Verkehrssektor o. ä.). Die konkrete Gestaltung muss im Rahmen der Ausarbeitung des Finanzierungskonzeptes erfolgen und für die Quantifizierung der Effekte eine Simulationsrechnung durchgeführt werden. Eine Fortschreibung auf Basis der Preismaßnahmen in den Restsortimenten und einer allgemeinen Nachfrageentwicklung ist nicht zielführend im Sinne der o. g. Anforderungen seitens des Bundes an den Ausgleichsmechanismus.

Zusammenspiel Ausgleichsmechanismus und Einnahmenaufteilung

Idealerweise werden die Einnahmenaufteilung und die Abrechnung der Ausgleichsleistungen zusammengeführt und zentral organisiert. Aufgrund der Zuständigkeiten und der Gesetzeslage ist das in Deutschland, zumindest kurzfristig, unwahrscheinlich. Anders als in Österreich muss davon ausgegangen werden, dass die Einnahmenaufteilung zum größten Teil dezentral über die Verkehrsverbünde erfolgt.

Damit es keine Verwerfungen und Fehlanreize gibt, ist bei der Einnahmenaufteilung auf eine Nachfrageorientierung zu achten. Das wäre mit der angedachten Verteilung der Einnahmen aus dem Deutschladticket auf Basis der Postleitzahlen grundsätzlich gegeben, auch wenn es noch eine Herausforderung ist, einen sachgerechten Mechanismus für verbundüberschreitende Fahrten zu finden.

Die Abhängigkeit zwischen EAV und Ausgleich wird bestehen bleiben. Voraussetzung für die Berechnung des Ausgleichsbetrages wird immer die Gegenrechnung der Erlöse nach EAV sein. Auch wenn die Methoden im Sinne der Anforderungen geeignet und kompatibel sind, wird es anspruchsvoll werden, die Prozesse so (einfach) zu gestalten, dass die Abrechnungen zeitnah erfolgen können. Ein zweistufiger Ausgleichsmechanismus, bei dem in der ersten Stufe die Ausgleichsbedarfe auf Länderebene aggregiert ermittelt und der Ausgleichsbetrag des Bundes auf die Länder verteilt werden, würde den Prozess für den Bund vereinfachen und beschleunigen. Ein eventuelles „EAV-Risiko“ (z. B. bei Abweichung der saldierten Erlösansprüche nach den einzelnen EAV gegenüber der pauschalen Länderbetrachtung) würde so allerdings von den Ländern getragen werden müssen.

9 Was sagen die anderen?

Das Deutschlandticket hat die Verkehrsforschung herausgefordert und es sind seit der Einführung zahlreiche Studien entstanden. Zu nennen sind dabei an erster Stelle die Evaluation durch den Verband Deutscher Verkehrsunternehmen (VDV) innerhalb eines größeren Konsortiums[28], zu dem auch die Deutsche Bahn zählt, wie die in Eigenregie entstandenen Arbeiten von exeo Strategic Consulting GmbH[29]. Beide beobachten die Wirkungen des Tickets in mehreren Erhebungswellen seit dem Start im Mai 2023. Hinzu kommt eine Reihe weiterer Einzelbeiträge[30]. Allen gemeinsam ist, dass sie vor allem auf Nutzungsmuster und die Kundschaft des Deutschlandticket fokussieren und sich weniger mit den Nicht-Nutzern, den Potenzialen und der Weiterentwicklung des Tickets befassen. Ein weiteres gemeinsames Merkmal ist die forschungsökonomisch begründete Nutzung von Online-Access-Panels anstatt von belastbareren echten Zufallsstichproben.

Trotzdem liefern sie wichtige Ergebnisse und kommen trotz geringer Unterschiede im Detail zu weitgehend deckungsgleichen Befunden. Diese Resultate sind in der Regel denen der in diesem Zwischenbericht vorgestellten bisherigen Evaluationsergebnissen des Bundes ähnlich. Gleichwohl haben sie einen engeren Fokus auf das Geschehen im öffentlichen Nahverkehr. Ohne auf die nachlesbaren Einzelergebnisse im Detail eingehen zu können, sollen an dieser Stelle die zentralen Aussagen kurz vorgesellt und eingeordnet werden:

- Es ergeben sich durchweg Anteile von etwa 15 Prozent der erwachsenen Bevölkerung, die das Deutschlandticket pro Monat im Besitz hat. Dies entspricht den offiziellen Verkaufszahlen.
- Es zeigt sich vor allem eine höhere Kundenbindung im ÖPNV und es werden zusätzliche Abonnenten gewonnen, deren Nutzung unter der Schwelle bisheriger Zeitkarten lag.
- Damit verknüpfen sich ähnliche Einschätzungen zur monatlichen Nutzungshäufigkeit. Die Ergebnisse liegen in der Regel in der Größenordnung von etwa 30 Fahrten monatlich – mit entsprechenden individuellen Abweichungen in beide Richtungen.
- Für die Nutzungsunterschiede zwischen städtischen und ländlichen Regionen werden ähnliche Quoten gemessen – zwischen knapp zehn Prozent in ländlichen Räumen und teilweise über 30 Prozent in einigen Metropolen. Allerdings fällt die Bewertung etwas unterschiedlich aus: während in den Arbeiten des VDV die Einschätzung einer geringen Nutzung im ländlichen Raum eher geteilt wird, betonen andere wie etwa die exeo-Autoren einen relativ gesehen nicht so schlechten Erfolg des Tickets in ländlichen Regionen – und liegen damit in der Einschätzung näher an der vorliegenden Evaluation.

[28] Verschiedene Veröffentlichungen, zum Beispiel: https://www.vdv.de/2024-01-31-wissenschaftlicher-beirat-beim-vdv-stellungnahme-d-ticket-v03.pdfx

[29] Verschiedene Publikationen zum Deutschlandticket verfügbar unter: https://www.exeo-consulting.com/artikel.htm

[30] Siehe dazu die Zusammenstellung an externen Studien am Ende dieses Kapitels

- Es werden nur wenige Kunden direkt aus anderen Verkehrsmitteln abgeworben. Die große Mehrheit gehörte schon zuvor zum ÖPNV-Kundenstamm, wenn auch oft nicht als tägliche Kundinnen oder Kunden.
- Der direkte „Gewinn" von Autofahrten für das Deutschlandticket ist klein und die ermittelten Anteile liegen durchweg im Bereich zwischen fünf und gut zehn Prozent aller Deutschlandticket-Fahrten.
- Damit ergeben sich ähnliche Größenordnungen für rechnerische jährliche CO2-Reduzierungen im Autoverkehr. Sie liegen je nach Zeitpunkt der Messung in einer Spannweite von einer bis drei Mio. t jährlich – und damit trotz mancher Unterschiede im Detail und nicht immer identischer Annahmen in einem relativ engen Schätzkorridor. Nur eine Ermittlung auf anderer Datengrundlagen kommt zu höheren Werten im Bereich von knapp 7 Mio. t[31]. Diese Höhe erscheint jedoch fraglich und wurde vielfach kritisch rezipiert[32].
- Vielversprechend erscheint der nur von exeo verfolgte Ansatz, zusätzlich auch eine Quantifizierung der volkswirtschaftlichen Effekte des Tickets zu versuchen. Dies verlässt den engeren Branchenrahmen, dem der VDV verständlicherweise oft folgt, und eröffnet eine vielversprechende ergänzende Bewertungsperspektive. Dies steht auch bereits auf der Agenda der vorliegenden Studie und wird Bestandteil künftiger Berichte sein.
- Es ergibt sich die relativ einhellige Auffassung, dass das Deutschlandticket mit der jüngsten Preiserhöhung an eine Grenze gegangen ist, die bisherige Kundengewinne in der Zeit vor der Erhöhung gefährdet – vor allem bezogen auf den Teil der Käuferschaft, der zuvor eher autoorientiert war. Trotzdem ist die Einschätzung weitgehender Konsens, dass mit einem Monatspreis von knapp 60 Euro noch ein guter Kompromiss gefunden wird. Überlegungen zu möglichen Wirkungen von Preisreduzierungen bilden dabei die Ausnahme, werden aber in den Arbeiten von exeo auch angestellt. Diese gelangen wie die vorliegenden Arbeiten zu der Einschätzung, dass eine genauere Betrachtung lohnend ist, jedoch die Preisfestsetzungsentscheidungen gegenwärtig eine andere Form angenommen haben, so dass diese Überlegungen im Moment nicht offensiv weiterverfolgt werden.
- Weniger im Fokus stehen Befunde zur langfristigen Kundenbindung und den offenbar nicht zu unterschätzenden monatlichen Kündigungen oder Optimierungen. Grundsätzlich werden aber auch diese konstatiert und als Herausforderung erkannt.
- Ebenso nicht im Mittelpunkt und unterschiedlich eingeschätzt werden Bewertungen des Tickets hinsichtlich seines „Digitalisierungsschubs". Der „Branchenblick" sieht dies positiver als der Kundenblick. Zwar

[31] Siehe die Kopernikus-Ariadne-Projekte, verfügbar unter: https://ariadneprojekt.de/publikation/ariadne-kompakt-wirkung-des-deutschland-tickets-auf-mobilitaet-und-emissionen/

[32] Ein kurzer Überblick ist hier dokumentiert: https://background.tagesspiegel.de/verkehr-und-smart-mobility/briefing/forscher-halten-ariadne-studie-fuer-nicht-plausibel

werden diesbezügliche Fortschritte festgehalten, aber die Einschätzungen zu weiteren Spielräumen werden unterschiedlich intensiv diskutiert.

- Neben den bundesweiten Studien gibt es mittlerweile auch lokale und regionale, zum größten Teil nicht veröffentlichte Untersuchungen. Eine veröffentlichte Studie wurde von kcw im Auftrag des VRR in Zusammenarbeit mit weiteren großen Verkehrsverbünden erstellt. Hier werden auch die Themen Einnahmenaufteilung, Finanzierung und Governance in einer langfristigen Perspektive beleuchtet. Die Analyse, dass Planungssicherheit erforderlich ist, um die verkehrlichen Wirkungen und Effizienzpotenziale auszuschöpfen, z. B. durch Digitalisierung im Vertrieb, deckt sich mit den Erkenntnissen aus der BMDV-Evaluation. Auch die Betrachtungen der beiden grundsätzlichen Möglichkeiten der Einnahmenaufteilung (zentral und dezentral) sind nachvollziehbar. Die Empfehlungen zur Finanzierung und Governance erscheinen dagegen weniger innovativ. Sie zielen auf eine nach wie vor größtmögliche Risikoübernahme durch Bund und Länder ab und schreiben den Status quo der heutigen Organisation und Zuständigkeit fort. Eine grundsätzliche Neuausrichtung des Ausgleichsmechanismus, wie sie im Rahmen dieses Projektes skizziert wurde, und der Produktverantwortlichkeit werden nicht thematisiert.
- Die strategische Weiterentwicklung des Deutschlandtickts, z. B. mit bisher kaum diskutierten Untervarianten oder einem Transfer des Konzepts in den Bartarifsektor, verfolgen die bisher vorliegenden externen Arbeiten bislang kaum. Dies könnte damit zu einem Alleinstellungsmerkmal der BMDV-Evaluation werden.
- Ebenso werden bisher tarifliche und vertriebliche Aspekte aus Sicht der Verkehrsanbieter eher wenig thematisiert. Hier besitzen die vorliegenden eigenen Arbeiten aufgrund der expliziten Thematisierung dieser Aspekte einen Vorsprung gegenüber dem „Studienmarkt“.

Die meisten dieser Befunde entsprechen in den üblichen erhebungsbedingten Fehlerspielräumen den bisher in der vorliegenden Evaluation vorgestellten Ergebnissen. Es sind an einigen Stellen nachvollziehbarerweise Bewertungsunterschiede erkennbar, aber es gibt keine gravierenden Abweichungen oder einander zuwiderlaufende Ergebnisse. Eine Ausnahme bildet der berichtete sehr hohe, als Ausreißer im Vergleich zu allen übrigen Ergebnissen einzuordnende Wert bezüglich der verkehrlichen Wirkung in den Kopernikus-Ariadne-Projekten. Gerade dieser Aspekt wird jedoch bei allen Begleitforschungen ein noch sorgfältigeres Hinsehen, neue methodische Ansätze und transparent dokumentierte Berechnungswege erfordern. Dabei sollte nicht nur der vordergründig auffällige Betrag möglicher CO2-Einsparungen im Vordergrund stehen, sondern eher die dahinter liegenden Wirkungen auf die Pkw-Fahrleistungen gemessen an den Personenkilometer-Summen und weiteren Kennwerten, mit denen sich Effekte einer reduzierten Pkw-Nutzung umfassender beschreiben lassen. Nur mit dieser Erweiterung, die explizite Aufgabe der vorliegenden Evaluation ist, wird eine Bewertung der verkehrlichen Wirkungen vollständig.

Auswahl an Studien zum Deutschlandticket aus anderen Projekten:

- Exeo: Relativ umfassende Präsentation zu opinionTrain[33]
- Preisbereitschaft (YouGov-Befragung Sommer 24)[34]
- Nutzung DTicket (infratest dimap)[35]
- Schlichtungsstelle Nahverkehr (nicht repräsentativ)[36]
- Preisbereitschaft (YouGov-Befragung Sommer 24)[37]
- Nutzung DTicket (infratest dimap)[38]
- Schlichtungsstelle Nahverkehr (nicht repräsentativ)[39]
- Fraunhofer-Allianz Verkehr (online-Befragung)[40]

[33] https://media.canvayo.com/uploads/sites/4518df1db54bde5e4c1fa2b5349cf15f/2024/08/Studienbericht_-Rogator_exeo_OpinionTRAIN2023_Deutschlandticket.pdf

[34] https://yougov.de/topics/society/survey-results/daily/2024/07/09/b804d/2

[35] https://www.infratest-dimap.de/umfragen-analysen/bundesweit/umfragen/aktuell/deutschlandticket/

[36] https://www.schlichtungsstelle-nahverkehr.de/sites/default/files/2023-12/deutschlandticket-umfrage_schlichtungsstelle_nahverkehr.pdf

[37] https://yougov.de/topics/society/survey-results/daily/2024/07/09/b804d/2

[38] https://www.infratest-dimap.de/umfragen-analysen/bundesweit/umfragen/aktuell/deutschlandticket/

[39] https://www.schlichtungsstelle-nahverkehr.de/sites/default/files/2023-12/deutschlandticket-umfrage_schlichtungsstelle_nahverkehr.pdf

[40] https://www.verkehr.fraunhofer.de/content/dam/verkehr/de/documents/people-mobility/Deutschlandticket-Studie-2024.pdf

10 Nicht nur eine erste Zusammenfassung - mehr Mut und mehr Geld?

Anstatt eines vorläufigen Ergebnistelegramms – positive Impulse erkennbar

Noch steht die Evaluation am Anfang. Zwar konnte sie erst über ein Jahr nach der Einführung des Tickets beginnen, trotzdem zeichnen sich bereits einige Grundlinien ab. Diese decken sich mit den Befunden aus den Analysen des VDV, weisen aber auch darüber hinaus. In einer ersten Zwischenbilanz lässt sich festhalten:

- Das Ticket ist aus Sicht seiner Käuferinnen und Käufer ein Erfolg. Es erleichtert den Zugang zum und das Zurechtfinden im ÖPNV – und natürlich bringt es für die Mehrheit eine nicht unerhebliche finanzielle Entlastung mit sich.
- Es erschließt bisher nur in geringem Maß vorhandene Potenziale, wie sie sich zum Beispiel beim 9-Euro-Ticket gezeigt haben und das deutlich größere Bevölkerungsteile erreicht hat. Dieser Zugewinn steht allerdings erst am Anfang. Bei einer langfristig gesicherten Existenz des Deutschlandtickets lässt er sich aller Voraussicht nach weiter ausbauen.
- In jedem Fall hat das Deutschlandticket schon jetzt dazu beigetragen, dem ÖPNV mehr Stammkundschaft zu verschaffen. Dies bezieht sich nicht unbedingt auf eine sehr hohe Nutzungshäufigkeit, aber in jedem Fall auf eine bessere Bindung im Zeitkartensektor, zu dem das Deutschlandticket gerechnet werden kann.
- Die sich aktuell stabilisierenden Verkaufszahlen von rund 13 Mio. Tickets pro Monat unterstreichen diese positive Einschätzung. Es ist gelungen, in einer relativ kurzen Zeit jeden Monat etwa ein Fünftel der Bevölkerung vom Kauf des Deutschlandtickets zu überzeugen. Doch es gibt (noch) zu viele ehemalige Kundinnen und Kunden. Bessere Bindungsstrategien und neue Marketingaktivitäten liegen damit nahe und sollten von den Produktverantwortlichen ergriffen werden.
- Dabei beschränkt sicher dieser Erfolg nicht nur auf die Metropolen mit einem überdurchschnittlichen ÖPNV-Angebot. Zwar liegen die Anteile der Käuferinnen und Käufer in den Großstädten mitunter über der 30-Prozent-Marke und im ländlichen Bereich eher im 10-Prozent-Bereich. Aber auch ein 10-Prozent-Ergebnis kann nach unserer Einschätzung mit Blick auf das dortige Angebotsvolumen bereits als Erfolg gewertet werden.
- Zwar ist es zu früh, abschließende Aussagen zu den verkehrlichen Wirkungen zu treffen, aber die berichteten Trends legen nahe, dass sich die Nutzung nicht nur innerhalb der bereits zuvor erreichten ÖPNV-Nutzung abspielt, sondern die ÖPNV-Nachfrage im Aufkommen, aber vor allem hinsichtlich ihrer Verkehrsleistung gestärkt wird. Damit verbinden sich noch schwache, aber vermutlich zunehmende Entlastungen im Autoverkehr. Dies kann an der vom Auto auf den ÖPNV umgewidmeten Verkehrsleistung – oder plakativer an den vorsichtig quantifizierten CO2-Einsparungen im Autoverkehr – abgelesen werden.

- Das Ticket führt in geringem Maße zu einem Teilhabeplus – interessanterweise quer durch alle Schichten der Käuferinnen und Käufer. Dieser Effekt ist sehr viel schwächer als zu der kurzen Zeit des spezieller darauf ausgerichteten 9-Euro-Tickets, aber nachweisbar.

Natürlich gibt es auch Fragezeichen

Zu dieser positiven Zwischenbilanz gehören aber auch einige Fragezeichen. So müssen dauerhafte Lösungen und eine auskömmliche Finanzierung des ÖPNV gefunden werden, denn natürlich reduziert das Deutschlandticket das Ausmaß der Nutzungsfinanzierung. Diese Frage gehört nicht zu dem eigentlichen Evaluationsauftrag, der sich eher auf Nutzung und Potenziale bezieht, soll hier aber nicht unerwähnt bleiben.

Dazu gehört auch die Einschätzung, dass sich ein Aufrechnen von erforderlichen Ticketsubventionen oder Ausgleichszahlungen mit denkbaren Investitionen in den ÖPNV-Angebotsausbau aus unserer Sicht nicht empfiehlt. Ein Verzicht auf das Deutschlandticket würde vergleichsweise geringe Mittel sparen, erste verkehrliche Erfolge gefährden oder sogar in das Gegenteil zu verkehren, gleichzeitig aber nur sehr kleine zusätzliche finanzielle Spielräume für den erheblich aufwendigeren Infrastrukturausbau mit sich bringen.

Ein Teilaspekt dessen ist die Frage nach den Preiselastizitäten und den sich daraus ergebenden Spielräumen für Preiserhöhungen. Hier konnte die Evaluation zeigen, dass die für den Jahresbeginn 2025 fixierte Preiserhöhung aller Voraussicht nah an die Grenze geht, oberhalb derer der bisherige Ticketerfolg vor allem hinsichtlich der verkehrlichen Wirkung gefährdet wäre. Im August gaben rund 50 Prozent der befragten Personen an, dass ein Preis von knapp 60 Euro zu teuer sei.

Eine auch damit verbundene wichtige bisherige Erkenntnis ist, dass das Deutschlandticket Zeit benötigen wird, um sein ganzes Potenzial zu entfalten. Muster der Verkehrsmittelnutzung gehören zu eher „nebensächlichen“ Alltagsroutinen. Routinen zeichnen sich nicht zuletzt durch Beständigkeit und oft nur langsame Veränderungen aus. Daher ist Konstanz gefordert. Die sichere Verfügbarkeit des Tickets wünscht sich eine große Mehrheit der Nutzenden, aber auch viele der bisher Nicht-Nutzenden. Das KlimaTicket in Österreich zeigt, dass auch im zweiten und dritten Jahr nach der Einführung eines solchen Angebots der Stamm an Kundinnen und Kunden wächst.

Marketing, Deutschlandticket-Familie und mögliche Zuwächse der Kundschaft

Zu der empfohlenen Stetigkeit gehört auch ein kontinuierliches Marketing. Sinnvoll erscheint nun, etwa 18 Monate nach dem Start, ein weiterer Impuls in Richtung der bisherigen Nicht-Käuferinnen und -Käufer. Obwohl das Ticket dem Namen nach sehr gut bekannt ist, gibt es nach den bisherigen Befragungsergebnissen noch zu viele Nicht-Kundinnen und -Kunden, die trotz der einfachen Ticketmerkmale mit diesen nicht vertraut sind. Dahinter liegen in der Regel ein geringer ÖPNV-Nutzungsbedarf, wenig Nutzungsmöglichkeiten oder Nutzungsdesinteresse. Aber auch bei diesen nicht zu leugnenden Hürden wird ein dauerhaft

sicheres Angebot Schritt für Schritt zu deren Reduzierung und einer größeren Reichweite des Tickets führen.

Dabei kann eine behutsame, zielgruppenspezifische Weiterentwicklung erheblich unterstützen. Die (Neu-)Integration klassischer Zusatznutzen, wie Übertragbarkeit oder Mitnahmemöglichkeit für Erwachsene (anders für Kinder), ist nach unseren Ergebnissen nicht der richtige Weg, da sie dem zusätzlich zum Preisniveau dominierenden Charme der Einfachheit zuwiderlaufen würde. Denkbar ist jedoch eine Deutschlandticket-Familie mit einer Preisspreizung zwischen Tickets für Schülerinnen und Schüler oder Sozialtickets am unteren Ende und Pakete für Paare und Familien am oberen Ende einer erweiterten Preisspanne. In der Mitte dieser Spanne wiederum verbleiben Modelle eines Job-Deutschlandtickets, wie sie schon verfügbar sind. Eine solche Weiterentwicklung birgt erhebliche Potenziale für eine Vergrößerung der Kundschaft. Dieser Befund muss zwar in der weiteren Evaluation noch besser abgesichert und quantifiziert werden, doch erste Ergebnisse weisen klar in diese Richtung. Bisher außen vor gelassen wurden dabei mögliche Überlegungen, wie eine Deutschlandticket-Familie ergänzend zum Zeitkartensektor im Bartarif aussehen könnte. Dies wird eine Aufgabe der weiteren Analysen sein.

Kreativität in der Branche – und Ausblick

Die Stetigkeit erscheint uns aber auch unter dem Aspekt der Planbarkeit für die Verkehrsunternehmen und Verbünde von Bedeutung. Erst Konstanz kann dazu führen, parallele Angebote abzuschaffen, den Vertrieb zu straffen, Digitalisierungsaspekte konsequenter zu gestalten und zu nutzen. Der Wunsch danach spiegelt sich in den geführten Branchengesprächen wider. Sobald Stetigkeit hier Sicherheit bringt, kann eine zweite Stufe der Ticketpromotion wirklich angegangen und innovative Potenziale in der Branche geweckt oder gestärkt werden.

Die Gespräche der Expertinnen und Experten haben dabei ein breites Meinungsspektrum und stellenweise auch Unsicherheiten in der Branche aufgezeigt. Noch stellt das Deutschlandticket neben den Finanzierungsfragen eine erhebliche organisatorische Aufgabe dar. Ansätze dazu werden nicht überall in gleicher Form gesehen oder gehandhabt. Auch Modelle der Einnahmeaufteilung sind noch nicht konsensual und bilden sich zurzeit erst heraus.

Zu allen Aspekten weitere Daten zu beschaffen, auszuwerten und Gestaltungsoptionen aufzuzeigen, gehört zu den zentralen Aufgaben der nächsten Evaluationsmonate – sei es aus Sicht der Kundinnen und Kunden, in der Potenzialanalyse oder mit Blick auf Finanzierungs- wie Organisationsfragen. Wir werden nicht nur die Datenbasis Schritt für Schritt erweitern und ein konsolidiertes Ergebnis zu den Wirkungen im Jahr 2024 vorlegen können, sondern in dem geplanten rollierenden System der inhaltlichen Fragestellungen weitere Aspekte beleuchten.

Anhang

Interviewte Expertinnen und Experten

Kategorie	Organisation	Name
Verband	BSN Bundesverband Schienennahverkehr	Robert Dorn
Verband	BDO Bundesverband Deutscher Omnibusunternehmen	Kai Neumann
Verband	VDV Verband Deutscher Verkehrsunternehmen	Elmar Sticht
Verbund	MVV Münchner Verkehrs- und Tarifverbund	Christoph Fleischmann
Verbund	VRR Verkehrsverbund Rhein-Ruhr	Simone Mathea-Schönfeld, Stephan Hörold
Verbund	VRB Verkehrsverbund Region Braunschweig	Stefan Bartels
Verbund	KVV Karlsruher Verkehrsverbund	Benjamin Bock, Daniel Steller
Verbund	WT Westfalentarif	Dr. Oliver Mietzsch
Verbund	VMT Verkehrsverbund Mittel-Thüringen	Christoph Heuing, Alexander Marx-Herrmann, Diana Pataki
Verbund	VBN Verkehrsverbund Bremen-Niedersachsen	Rainer Counen
Verbund	VRN Verkehrsverbund Rhein-Neckar	Dr. Michael Winnes
Verbund	VRM Verkehrsverbund Rhein-Mosel	Stefan Pauly
Verkehrsunternehmen	Stadtwerke Schweinfurt	Mirko Hrnjak
Verkehrsunternehmen	Leipziger Verkehrsbetriebe	Sven Claus
Verkehrsunternehmen	Kreisverkehr Schwäbisch Hall	Hans Faget
Verkehrsunternehmen	DSW21 Dortmunder Stadtwerke	Andrea Engelke
Verkehrsunternehmen	SSB Stuttgarter Straßenbahnen	Dr. Markus Raupp
Verkehrsunternehmen	VAG Freiburg	Maurizio Rinaldi
Verkehrsunternehmen	National Express	Jan Trauernicht
Verkehrsunternehmen	Hamburger Hochbahn	Sebastian Wenzel
Verkehrsunternehmen	KVB Kölner Verkehrsbetriebe	Anja Höhn
Verkehrsunternehmen	DVB Dresdner Verkehrsbetriebe	Martin Gawalek
Verkehrsunternehmen	BBS Brandner Bus Schwaben Verkehrs GmbH	Josef Brandner
Vertriebsdienstleister	Transdev Vertrieb	Martin Hörl
Vertriebsdienstleister	DB Vertrieb	Raimund Kurtensiefen
Vertriebsdienstleister	Trainline	Tim Zeisset
Vertriebsdienstleister	Mentz	Christoph Mentz
Vertriebsdienstleister	Amcon	Olaf Clausen
Vertriebsdienstleister	eos.uptrade	Mathias Hüske