

Vom 9-Euro-Ticket zum Deutschlandticket – Chancen für den ÖPNV

DVWG Niedersachsen, Hannover

04. Mai 2023

Dr. Till Ackermann

Erkenntnisse und Ableitungen aus drei Monaten 9-Euro-Ticket

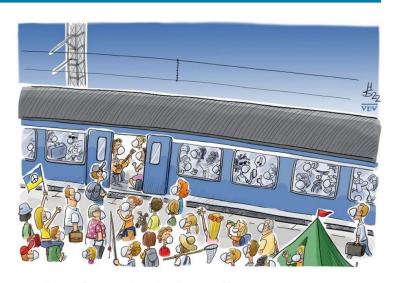
- Das 9-Euro-Ticket ist eine überraschende Initiative der Bundesregierung als Teil des Energie-Entlastungspaketes, auf das sich der Koalitionsausschuss am 23. März 2022 verständigt hat.
- Die ÖPNV-Branche hat die kurzfristige Einführung des 9-Euro-Tickets erfolgreich gemeistert.
- Das 9-Euro-Ticket wurde etwa 52 Mio. Mal verkauft. 7 Mio.
 Tickets wurden bereits im Vorverkauf im Mai erworben.
- Darüber hinaus galt es für alle Inhaber eines Abonnements an Zeitkarten (einschließlich Sozialtickets), von Jahres- und Schuljahreskarten sowie Job- und Semestertickets. Dieser Kundenkreis beträgt mehr als 10 Mio. Kunden.



Bildquelle: Ackermann

Erkenntnisse und Ableitungen aus drei Monaten 9-Euro-Ticket

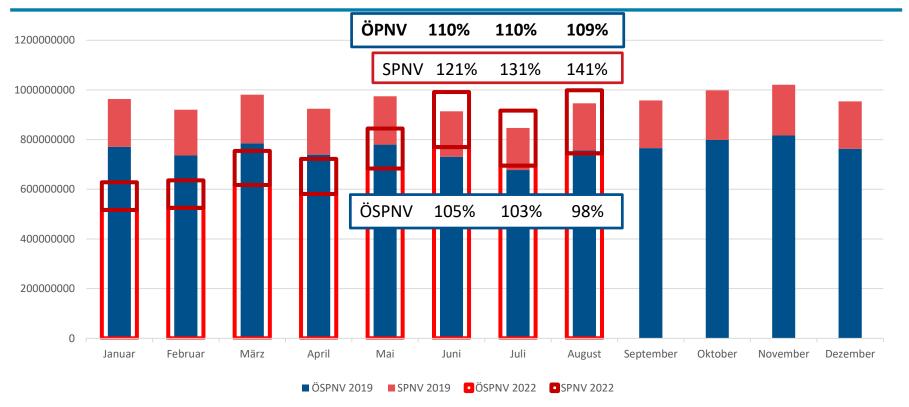
- Die hohen Auslastungen im regionalen SPNV haben auch zu Überlastungen von Zügen und Bahnhöfen mit einzelnen Zugräumungen und durch Verspätungen angespannten Betriebssituationen geführt.
- **Trotz relativ hoher Kundenzufriedenheit (siehe Mafo)** und grundsätzlich entspannter Stimmung (auch aufgrund des billigen, restriktionsfreien Tickets) gab es auch Berichte von Übergriffen von Fahrgästen untereinander und auf das Personal.
- Das Personal insbesondere im SPNV war in hohem Maße belastet
- Im städtischen Verkehr und im regionalen Busverkehr wurde - von einzelnen Events ausgenommen - nicht von Überlastungen berichtet.



DAS G-EURO-TICKET IST DAS WOODSTOCK DES ÖFFENTLICHEN NAHVERKEHRS.

Quelle: VDV

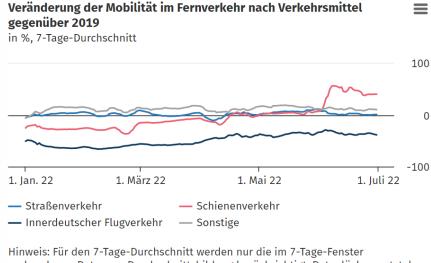
Schätzung der ÖPNV-Fahrten 2022 zu 2019 auf Basis von AFZS-Monatsdaten



Basis: 11,4 Mrd. Fahrten 2019 (DESTATIS) und AFZS-Werte der VDV-Mitglieder aus den Sparten



Andere Zählungen bestätigen: massive Zuwächse auf der Schiene im Entfernungsbereich > 30 km und Rückgang des Pkw-Verkehr auf BAB im Juni



Hinweis: Für den 7-Tage-Durchschnitt werden nur die im 7-Tage-Fenster vorhandenen Daten zur Durchschnittsbildung berücksichtigt. Datenlücken entstehen i.d.R. aufgrund von technischen Problemen beim Mobilfunkanbieter. Quellen: eigene Berechnung | © Teralytics

© LI Statistisches Bundesamt (Destatis), 2022

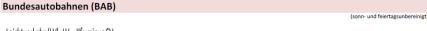
Ouellen: DESTATIS und BAST

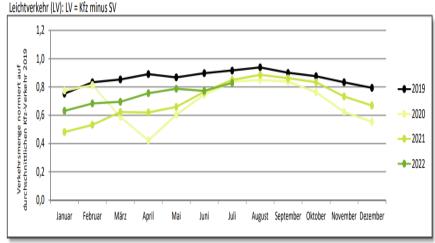
Verkehrsbarometer 2022

Entwicklung des Straßenverkehrs auf Bundesfernstraßen nach Monaten



Das Verkehrsbarometer stellt Orientierungswerte zur aktuellen Verkehrsentwicklung in Deutschland möglichst zeitnah zur Verfügung. Als Basis dienen die vorläufigen Daten der automatischen Dauerzählstellen (DZ) pro Monat. Aus diesen wurden für jeden Monat aus allen auswertbaren DZ die mittleren Entwicklungen im Vergleich zum Vormonat berechnet. Mit dieser Basis wurde die durchschnittliche Verkehrsmenge vom Dezember 2019 berechnet, bis zum aktuellen Auswertemonat fortgeschrieben und das Ergebnis anschließend auf die durchschnittliche Verkehrsmenge 2019 normiert. Die so erhaltenen normierten Verkehrsmengen sind im Folgenden grafisch dargestellt.







Der VDV koordiniert die bundesweite Markforschung im Auftrag von Bund und Ländern

- Der VDV wurde von der Bund-Länder-AG beauftragt, die **bundesweite Marktforschung** und Erfolgskontrolle zu organisieren und zu koordinieren.
- Dazu ist der VDV mit der DB AG eine Kooperation eingegangen, um auf die Kapazitäten der DB AG und deren Rahmenverträge zugreifen zu können. Die Marktforschung wird operativ von den Instituten rc und forsa durchgeführt.

Deutschland steigt ein. **Bericht** zur bundesweiten Marktforschung **Aktionszeitraum**





Quelle: VDV

Marktforschung zur Evaluation des 9-Euro-Tickets Untersuchungsdesign

- Erhebung

 Methode
- kontinuierliche, wöchentliche bundesweite Repräsentativerhebung
- tägliche Datenerhebung im Aktionszeitraum
- Online-Interviews im forsa.omninet-Panel und Bilendi&respondi-Panel
- 15 Minuten
- - 6.000 Personen ab 14 Jahren pro Woche, bevölkerungsrepräsentativ
 - 78.000 Personen im Aktionszeitraum Juni bis August
 - alle Kundengruppen (inklusive Nichtkäufer)

Ergebnis

Stichprobe

- monatliche Auswertung sowie Abschlussbericht
- bundeslandscharf repräsentativ auswertbar

- **Besonderheit**
- größte Stichprobe im Aktionszeitraum
- kontinuierliche Erhebung über gesamten Aktionszeitraum
- repräsentative bundeslandscharfe Auswertung
- Nachbefragung f
 ür Erfolgskontrolle im Oktober / November

Genderhinweis:

Um die Lesefreundlichkeit der Monatsauswertung zu verbessern, wird bei Personenbezeichnungen und personenbezogenen Hauptwörtern ausschließlich die männliche Form verwendet. Im Sinne der Gleichbehandlung gelten entsprechende Begriffe grundsätzlich für alle Geschlechter. Die verkürzte Sprachform beinhaltet also keine Wertung, sondern hat lediglich redaktionelle Gründe.



Marktforschung zur Evaluation des 9-Euro-Tickets Zusammenfassende Ergebnisse 1: Hohe Bekanntheit und digitaler Vertrieb

Bekanntheit und Vertrieb

- Höchste Bekanntheitswerte: Fast jeder kennt das 9-Euro-Ticket. 98% geben an es zu kennen, 70% kennen es gut.
- Hoher Anteil digitaler Vertriebskanäle: Im Vertriebskanalmix war der Ticketautomat (28%) der häufigste Einzelkanal. Etwa die Hälfte der Ticket-Nutzer (47%) kaufte digital, darunter 26% per App.
- Der Topkaufgrund ist der Preis: Top-Kaufgrund über alle Kundengruppen ist der Preis (69%). Für Neukunden (57%) und aktivierte Kunden (66%) spielt er jedoch eine deutlich geringere Rolle als für Bestandskunden (76%). Der "Verzicht auf Autofahrten" und die "Flexibilität der Nutzung" liegen dahinter mit 40% auf Platz 2. Für Bestandskunden ist die Flexibilität der Nutzung der zweitwichtigste Grund.

Marktforschung zur Evaluation des 9-Euro-Tickets Zusammenfassende Ergebnisse 2: Jeder fünfte Käufer ist Neukunde

Kaufverhalten und Nichtkaufgründe

- Hohe Resonanz: Im August lag der Anteil der 9-Euro-Ticket Käufer bei 31%, dies ist noch einmal mehr als im Juli (30%) und Juni (28%). Zusammen mit 18% Abo-Kunden liegt damit der Nutzeranteil in der befragten Bevölkerung bei fast 50%.
- Hochgerechnet auf die Bevölkerung ergeben sich aus der Befragung somit für jeden Monat mindestens 30 Mio. Personen (inkl. Abonnenten), die ein 9-Euro-Ticket besessen haben.
- 9-Euro-Ticket sorgt für Neukunden: Jeder fünfte Käufer war ein "Neukunde", der den ÖPNV zuvor normalerweise nie genutzt hatte. Weitere 26% der Käufer waren "aktivierte Kunden", die den ÖPNV zuvor seltener als einmal im Monat genutzt hatten.
- Geringere Resonanz in ländlichen Regionen: In ländlichen und strukturschwächeren Gebieten ist der Anteil der Ticket-Besitzer etwa halb so hoch wie in städtischen Gebieten. Als Grund wird oft unzureichendes ÖPNV-Angebot genannt.

Kauf des 9-Euro-Tickets: Jeder fünfte aktive Käufer des 9-Euro-Tickets ist zuvor normalerweise nie mit dem ÖPNV gefahren.



Kauf des 9-Euro-Tickets

Nutzung ÖPNV vor Aktionszeitraum bei erfolgtem Kauf des 9-Euro-Tickets



F301: Haben Sie für den Gültigkeitsmonat ... ein 9-Euro-Ticket gekauft? / F108: Wie häufig haben Sie in den 12 Monaten vor diesem Datum den öffentlichen Personennahverkehr (Busse, Straßenbahnen, U-Bahnen, S-Bahnen, Regionalbahnen) in etwa genutzt?

n = 78.146 (Kauf Juni, Juli, August) / 20.840 (Nutzung ÖPNV vor Aktionszeitraum) (Quelle: 9-Euro-Ticket Tracker 2022; Angaben in %)



Kauf des 9-Euro-Tickets: Wo es viele ÖV-Abo-Kunden gibt, gibt es auch viele 9-Euro-Ticket Käufer – im ländlichen Raum wird die Hälfte nicht erreicht



Kauf bzw. geplanter Kauf des 9-Euro-Tickets Juni und Juli

Befragt nach RegioStaR 7:	Gesamt	SR Metropole	SR Regiopole	SR Mittelstadt	SR Kleinstädt./ dörfl. Raum	LR Zentrale Stadt	LR Städtischer Raum	LR Kleinstädt./ dörfl. Raum
Kauf erfolgt	Juli: 25 Juni: 25	30 30	31 30	25 25	21 20	29 24	21 20	18 16
Abo-Kunden * (Ticket gilt als 9-Euro-Ticket)	Juli: 21 Juni: 21	38 40	26 27	17 18	12 15	16 15	13 10	11 11
Kauf geplant	Juli: 7 Juni: 6	5 5	6 5	7 6	6 6	7 9	8	8 6
Kauf weder erfolgt noch geplant	Juli: 42 Juni: 43	23 22	33 34	46 46	54 52	41 46	51 53	57 61
weiß nicht/ keine Angabe	Juli: 5 Juni: 5	4 3	4 4	5 5	7 6	7 6	7 8	6 7
Anzahl der Befragten **	27.212	5.787	4.326	7.041	1.554	1.664	3.486	3.354

^{**} Anzahl der Befragten nur für den Monat Juli ausgewiesen

F301: Haben Sie für den aktuellen Gültigkeitsmonat Juli ein 9-Euro-Ticket gekauft bzw. planen Sie eines zu kaufen? n = 27.212 (Kauf bzw. geplanter Kauf - Aktueller Monat (Juni und Juli)) (Quelle: 9-Euro-Ticket Tracker 2022; Angaben in %, Juli-Bericht)

* Hinweis: Abo-Kunden umfassen auch Inhaber von Studententickets und Jahreskarten.

Eine Validierung der Abonnenten-Anteile in der Stichprobe befindet sich in Bearbeitung.



Haupt-Nichtkaufgründe 9-Euro-Ticket nach RegioStaR Strukturgebiet Verbindungen in LR kleinstädt./dörfl. häufigster Nichtkaufgrund

4	
V.	

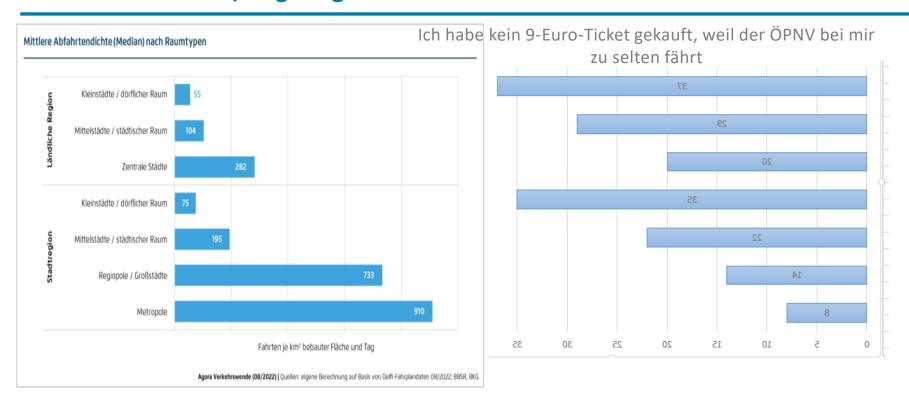
falls kein Kauf des 9-Euro-Tickets im aktuellen Monat (geplant)

								(geplant)			
Nichtkaufgründe (Mehrfachnennung)	•	Gesamt	SR Metropole	SR Regiopole	SR Mittelstadt	SR Kleinstädt./ dörfl. Raum	LR Zentrale Stadt	LR Städtischer Raum	LR Kleinstädt./ dörfl. Raum		
Nutzungsanlass / fehlender Nutzungsanla	ass/kein Bedarf	37	35	38	38	36	41	38	34		
keine (sinnvolle) Nutzungsmöglichkeit des ÖPNV wegen gesundheitl. Beeinträchtigungen		7	7	7	7	7	8	6	6		
Schwerbehindertenausweis bzw. bin Begleitperson und kann ÖPNV kostenlos nutzen		4	9	5	3	2	5	2	2		
Angebot umständliche \	/erbindungen/ viele Umstiege	34	22	28	34	40	31	34	42		
zu seltene Abfahrten/zu ge	eringe Taktung	24	8	14	22	35	20	29	37		
Fahrten im ÖPNV o	dauern zu lang	22	19	22	23	25	19	20	22		
Haltestelle z	u weit entfernt	16	6	8	14	23	11	18	27		
zu wenige Parkplätze	an Haltestelle/ am Bahnhof	6	5	5	6	7	6	5	5		
ÖPNV Alternativen bevorzugt fal	hre lieber Auto	35	38	37	36	37	33	33	31		
fahre	lieber Fahrrad	11	15	16	11	8	16	11	7		
nutze lieber o	den Spritrabatt	6	7	7	7	6	7	5	5		
		33.334	3.696	4.265	9.389	2.424	2.171	5.458	5.931		

F401: Warum haben Sie sich kein 9-Euro-Ticket für den Gültigkeitsmonat \dots gekauft? n=33.334



Tatsächliche Abfahrten je bebauter Fläche und 9-Euro-Ticket-Nichtkauf wegen zu seltenen Abfahrten/zu geringen Takten



Quelle: agora Verkehrswende ÖPNV Atlas



Marktforschung zur Evaluation des 9-Euro-Tickets Zusammenfassende Ergebnisse 3: Zufriedenheit der Nutzer ist hoch

Einstellung und Zufriedenheit

- Konstant hohe Nutzerzufriedenheit: Die Zufriedenheit der Nutzer mit der letzten Fahrt mit dem 9-Euro-Ticket ist in allen Monaten sehr hoch: 88% sind mindestens zufrieden, jeder Fünfte ist sogar vollkommen zufrieden. Dies gilt für alle Kundengruppen.
- Zufriedenheit regional unterschiedlich: Deutlich höhere Zufriedenheit mit dem der Erreichbarkeit und der Angebotshäufigkeit in Metro- und Regiopolen, geringste Zufriedenheit im kleinstädtischen/dörflichen Raum.
- Attraktivität des Ticketangebotes steigt: Die Befragten finden das Angebot insgesamt sehr attraktiv (80%), dieser Wert stieg im Verlauf der Monate an (Juni 76%, Juli 81%, August 83%). Selbst für Nichtkäufer war die Attraktivität hoch (68%).
- Nutzer loben einfache Ticketnutzung: Im Detail am besten bewertet werden das preislich sehr attraktive Angebot (90%) und die Einfachheit und Verständlichkeit (74%).



Bewertung nach Kundengruppen - Aktivierte Kunden betonen die preisliche Attraktivität des Tickets überdurchschnittlich deutlich.



Bewertung des 9-Euro-Tickets - Top 2 Das 9-Euro-Ticket	Gesamt	Abonnenten *	Gesamt Käufer	Bestands-kunden	Aktivierte Kunden	Neukunden	Nicht-Käufer
ist insgesamt ein sehr attraktives Angebot.	80	83	90	91	91	88	68
ist ein preislich sehr attraktives Angebot.	90	89	96	96	97	95	84
ist in seinen Bedingungen klar und einfach verständlich.	74	78	85	86	86	82	61
ist eine gute Möglichkeit, den ÖPNV besser kennenzulernen.	68	75	80	81	80	77	54
ist ein guter Grund, das Auto stehen zu lassen.	57	70	72	77	71	64	36
verbessert das Image des Nahverkehrs insgesamt.	49	57	58	62	56	55	35
hilft, wieder Vertrauen in den Nahverkehr aufzubauen.	42	50	51	56	48	48	28
veranlasst mich dazu, den ÖPNV häufiger zu nutzen als zuvor.	41	53	65	72	63	53	12
ist mir egal, ich fahre sowieso nicht mit dem ÖPNV.	27	13	10	6	9	17	50
F204: Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zum 9-Furo-	39,212	7.907	16.516	7.161	5.081	4.274	14.789

F204: Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zum 9-Euro-Ticket zu? n = 39.212 (Bewertung des 9-Euro-Tickets, Zufallsauswahl: jeder zweite Befragte) (Quelle: 9-Euro-Ticket Tracker 2022; August Bericht, Angaben in %)

* Hinweis: Abonnenten umfassen auch Inhaber von Jobtickets, Studententickets und Jahreskarten.

> VDV Die Verkehrsunterne 15men

Einstellungsprofil 9-Euro-Ticket: Befragte schätzen die Nutzung auch auf längeren Strecken sowie die Einfachheit und Flexibilität des 9-Euro-Tickets



Einstellungsprofil - Top 2 *





n 38.934 (Einstellungsprofil, Zufallsauswahl: jeder zweite Befragte) (Quelle: 9-Euro-Ticket Tracker 2022; August-Bericht, Angaben in %)



^{*} Skala: (1) = "stimme voll und ganz zu" bis (5) = "stimme überhaupt nicht zu" + "weiß nicht/keine Angabe" F205: Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen rund um das 9-Euro-Ticket zu?

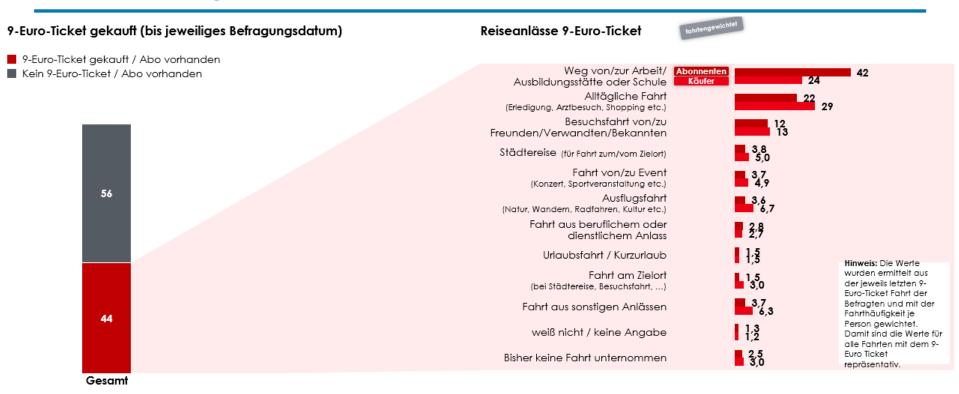
Marktforschung zur Evaluation des 9-Euro-Tickets Zusammenfassende Ergebnisse 4: Deutlicher Verlagerungseffekt

Verlagerungseffekt und Nutzung

- Viele Umsteiger: Etwa 17 % der 9-Euro-Ticket-Nutzer sind anderen Verkehrsmitteln wie Pkw, Fahrrad etc. auf den ÖPNV umgestiegen. Davon etwa 10 % vom Auto.
- Weniger Pkw-Fahrten: Die (fast) tägliche Nutzungsintensität von PKW/Motorrad sinkt um 4 Prozentpunkte im Vergleich zur Zeit vor der Aktion (Mai 2022), bei Käufern des 9-Euro Tickets um 9 Prozentpunkte.
- Häufige Pendlernutzung: Alltägliche Fahrten (z.B. Besorgungen, Arztbesuche, Shopping) und berufsbezogene Wege waren häufigster Anlass für die Fahrten mit dem 9-Euro-Ticket (fahrtengewichtet).
- Aber auch Ausflüge: Insgesamt hatten 2 von 5 "Besuche" und je 1 Person von 3 "Städtereisen" oder "Ausflüge" und 1 von 7 "Urlaubsreisen" gemacht oder vor.
- Mehr Fahrten über Verbund- oder Tarifgrenzen hinaus: 29 % der Fahrten von Ticket-Käufern und 23 % von Abonnenten fanden (zumindest teilweise) außerhalb des eigenen Verbundraums bzw. Abo-Gültigkeitsbereichs statt.



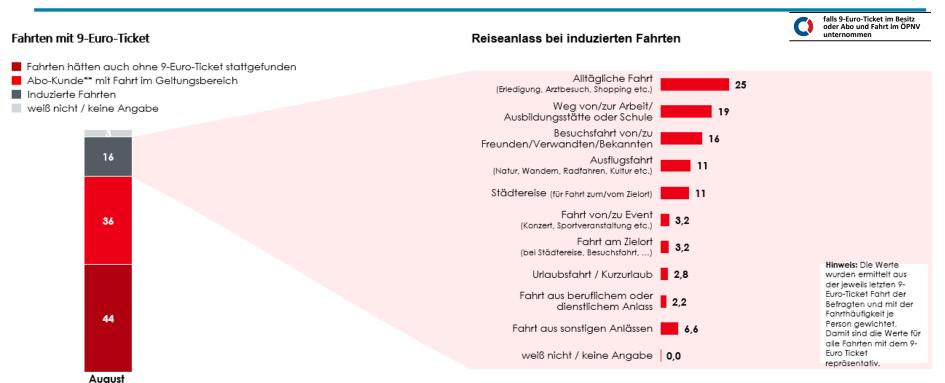
Reiseanlässe mit 9-Euro-Ticket: Alltägliche Fahrten und berufsbezogene Wege und waren häufigster Anlass für die Fahrten mit dem 9-Euro-Ticket



F301: Haben Sie für den Gültigkeitsmonat [Juni/Juli/August] ein 9-Euro-Ticket gekauft bzw. planen Sie eines zu kaufen?
F601/F701: Aus welchem hauptsächlichen Anlass haben Sie Ihre letzte Fahrt mit dem ÖPNV [...] unternommen?
n = 78.146 (9-Euro-Ticket gekauft) / 15.878 (Abonnenten) / 20.840 (Käufer) (Reiseanlässe 9-Euro-Ticket)



Reiseanlässe bei induzierten Fahrten: Auch bei den induzierten Fahrten dominieren die alltäglichen Fahrten. Ausflüge, Städtereisen und Events überdurchschnittlich



F606b/F706b: Hätten Sie diese Fahrt auch ohne das 9-Euro-Ticket unternommen? / F601/F701: Aus welchem hauptsächlichen Anlass haben Sie Ihre letzte Fahrt mit dem ÖPNV [...] unternommen? n = 12.891 (August) (Fahrten mit 9-Euro-Ticket) / 2.422 (Reiseanlass induzierte Fahrten)

**Hinweis: Abo-Kunden umfassen auch



Nutzungsintensität vor und im Aktionszeitraum: Die (fast) tägliche Nutzungsintensität von PKW/Motorrad sinkt um 4 Prozentpunkte



F501: Wie häufig haben Sie folgende Verkehrsmittel im Marud 2022, also vor Einführung des 9-Euro-Tickets, genutzt, egal für welchen Anlass? / F503: Und wie häufig haben Sie folgende Verkehrsmittel im Marud 2022, also vor zu Einführung des 9-Euro-Tickets, genutzt, egal für welchen Anlass? / F503: Und wie häufig haben Sie folgende Verkehrsmittel im Marud 2022, also vor zu Einführung des 9-Euro-Tickets, genutzt, egal für welchen Anlass? / F503: Und wie häufig haben Sie folgende Verkehrsmittel im Marud 2022, also vor zu Einführung des 9-Euro-Tickets, genutzt, egal für welchen Anlass? / F503: Und wie häufig haben Sie folgende Verkehrsmittel im Marud 2022, also vor zu Einführung des 9-Euro-Tickets, genutzt, egal für welchen Anlass? / F503: Und wie häufig haben Sie folgende Verkehrsmittel im Marud 2022, also vor zu Einführung des 9-Euro-Tickets, genutzt, egal für welchen Anlass? / F503: Und wie häufig haben Sie folgende Verkehrsmittel im Marud 2022, also vor zu Einführung des 9-Euro-Tickets, genutzt, egal für welchen Anlass?

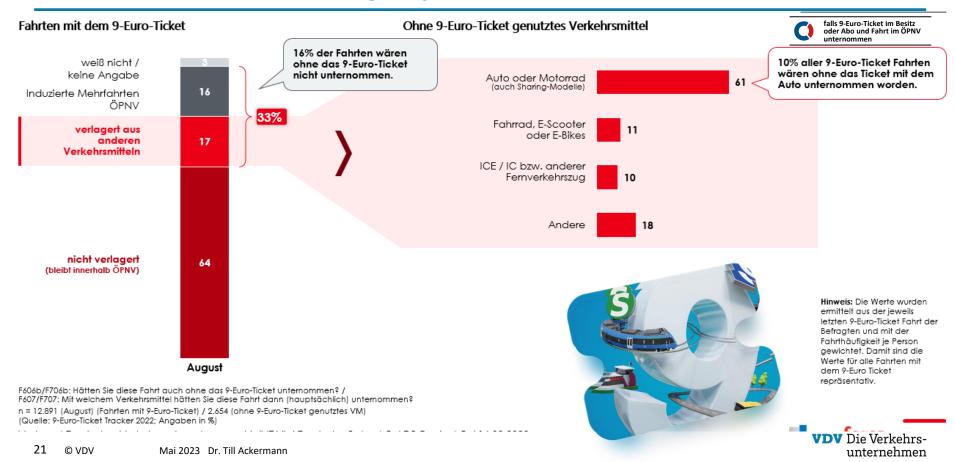
[bzw. werden Sie diese voraussichtlich nutzen], egal für welchen Anlass?

n = 78.146 (Mai) / 78.146 (Gesamt) (Zufriedenheit mit dem 9-Euro-Ticket letzte Fahrt) (Quelle: 9-Euro-Ticket Tracker 2022: Anaaben in %)

*Mai-Angaben durch Befragte in jedem Monat **Kategorie des jeweils am häufigsten genutzten ÖVMs



Fahrten mit dem 9-Euro-Ticket: Jede sechste 9-Euro-Ticket Fahrt wurde aus anderen Verkehrsmitteln verlagert, jede zehnte ersetzte das Auto.



Abschätzung der Klimawirkung des 9-Euro-Tickets auf Basis der bundesweiten Markforschung und des TREMOD-Models des Umweltbundesamtes

Aus der Marktforschung abgeschätzte Fahrtenzahl mit dem 9-Euro-Ticket je Monat (Abo + Ticketkäufer:innen)

Anteil der Fahrten mit dem 9-Euro-Ticket je Monat (Abo + Ticketkäufer:innen), die vom Auto verlagert wurden

Durchschnittliche Fahrtweite der Fahrten, die vom Auto verlagert wurden

Gesamte Fahrtweite der Personenfahrten, die vom Auto verlagert wurden

Durchschnittlicher Ausstoß an Klimagasen (CO2-Äquival.) je Pkm nach Umweltbundesamt (TREMOD) bei 1,5 P/Pkw umgerechnet auf Gruppengröße der verl. Fahrten (1,9) Durchschnittliche Einsparung an Klimagasen (CO2-Äquival.) je Monat durch das 9-Euro-Ticket

Hochgerechnete Einsparung an Klimagasen (CO2-Äquival.) durch das 9-Euro-Ticket – Ohne Berücksichtigung von induzierten ÖPNV-Fahrten im Regelangebot

rund 1 Mrd. Fahrten/Monat

rund 10% verlagerte Fahrten

rund 50 km / Fahrt

rund 5 Mrd. Pkm/Monat

rund 122 g CO2 / Pkm

rund 600.000 t CO2 /Monat

Einsparung rund 1,8 Mio. t CO2 im Aktionszeitraum



Das 9-Euro-Ticket ist in allen Medien

- Eine Hauptwirkung des 9-Euro-Tickets war die von Beginn an hohe Aufmerksamkeit und das überbordende Medieninteresse.
- Allein die Bilanzpressekonferenz des VDV wurde in mehreren Fernseh- und Hörfunkbeiträgen teilweise mit Liveinterviews thematisiert.
- Deutschlandweit wurden die lokalen und bundesweiten Ergebnisse sowie die Vorschläge für eine Nachfolgelösung in zahllosen Artikeln veröffentlicht.
- Dadurch war es auch möglich, immer wieder auf die Notwendigkeit zusätzlicher Mittel zur Finanzierung der gestiegenen Kosten sowie des notwendigen Angebotsausbaus hinzuweisen.



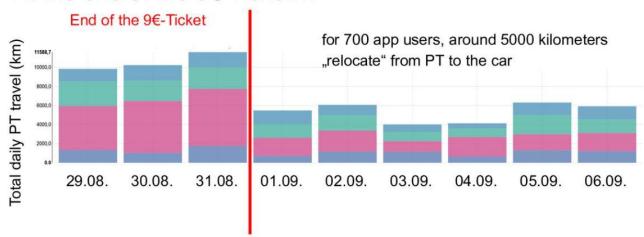
Quelle: VDV-Medienspiegel

Am Ende des Aktionszeitraums

Technische Universität München TUM School of Engineering and Design Lehrstuhl für Verkehrstechnik



At the end of the 9€-Ticket...



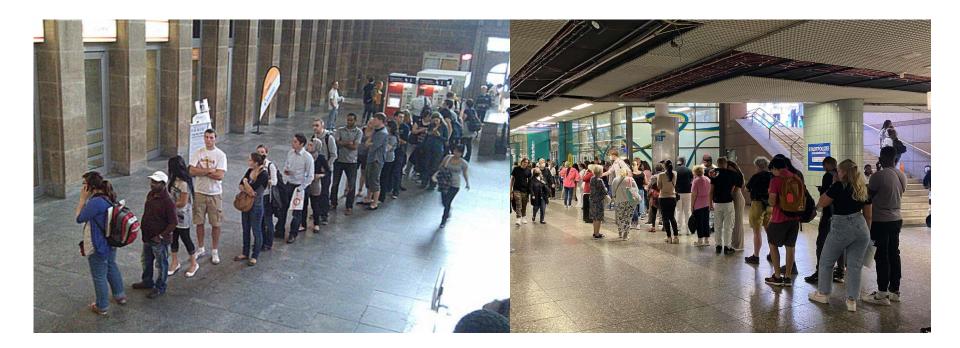
Mobilität.Leben | MotionTag Webinar | 14. September 2022

15

Quelle: TUM_Projekt Mobilität Leben



Und am Tag danach



Quellen: Julian Frigger, Ines Alberti

Beschluss des Koalitionsausschusses vom 04. September 2022

Berlin – Ergebnisse des Koalitionsausschusses

Regierung will ein neues bundesweit gültiges Nahverkehrsticket

"13. Bundesweites Ticket im Öffentlichen Nahverkehr

Das zeitlich befristete 9-Euro-Ticket für die Monate Juni bis September war ein großer Erfolg. Es wurde von den Bürgerinnen und Bürgern gut angenommen und hat ihre Ausgaben für Mobilität deutlich gedämpft. Daher soll ein bundesweites Nahverkehrsticket eingeführt werden. Die Verantwortung für den Öffentlichen Nahverkehr liegt bei den Ländern und Kommunen. Der Bund unterstützt sie dabei u.a. über die Regionalisierungsmittel. Die Bundesregierung ist bereit, den Ländern für ein bundesweites Nahverkehrsticket jährlich 1,5 Milliarden Euro zusätzlich zur Verfügung zu stellen, wenn die Länder mindestens den gleichen Betrag zur Verfügung stellen. Die Verkehrsministerinnen und Verkehrsminister von Bund und Ländern erarbeiten zeitnah ein gemeinsames Konzept für ein bundesweit nutzbares, digital buchbares Abo-Ticket. Es werden dazu verschiedene Modelle diskutiert. Von verschiedenen Verbänden und aus der Wissenschaft sind Vorschläge gemacht worden, die bei einem entsprechenden Mitteleinsatz zu Preisen von 49 bis 69 Euro pro Monat führen würden. Ziel ist ein preislich attraktives Ticket in diesem Rahmen."



Quelle: Beschlusspapier des Koalitionsauschusses



MPK 08. Dezember 2022 – Einigung zwischen Bund und Ländern auf Nachschusspflicht

Bund und Länder werden schnellstmöglich im Jahre 2023 gemeinsam das Deutschlandticket zu einem **Einführungspreis in Höhe von 49 Euro** monatlich realisieren.

Sie stellen daher sicher, dass die für die Tarifgenehmigung notwendige **Auskömmlichkeit des Tarifs** für das Deutschlandticket gewährleistet ist. Etwaige Mehrkosten, die den Unternehmen im Einführungsjahr durch Mindereinnahmen entstehen, werden Bund und Länder je zur Hälfte tragen.

In den Folgejahren vereinbaren Bund und Länder gemeinsam, wie die Finanzierung durch Ticketeinnahmen und die vereinbarten Zuschüsse in Höhe von je 1,5 Milliarden Euro sichergestellt wird.

Beschluss der länderoffenen Arbeitsgruppe zum bundesweiten ÖPNV-Ticket in der Sitzung am 27.01.2023: Das Deutschland-Ticket kommt zum 01. Mai 2023

Geltungsbereich

- Deutschlandweit im gesamten ÖPNV (VU muss zustimmen)
- Nicht in touristischen/historischen Verkehren
- Geltungsbereich im grenznahen Verbundgebiet möglich (Nachbarländer müssen zustimmen)
- Geltung im IC entsprechend den Vereinbarungen der Länder mit DB Fernverkehr

Übergang in die 1. Klasse

- Deutschlandticket nur gültig in der 2. Wagenklasse
- Übergang in die 1. Wagenklasse nach den Tarifen der Verbünde bzw. Tarifgesellschaften möglich

Mitnahmemöglichkeit/Zuschläge

- Ticket ist personenbezogen (d. h. nicht übertragbar)
- Keine Mitnahmemöglichkeit von Personen > 6 Jahre
- Keine Mitnahme von Fahrrädern und Hunden. Ergänzende/Abweichende Regelungen entsprechend den örtlichen Regelungen der Verbünde. Davon unberührt sind lokale Angebote, die in den örtlichen Tarifen angeboten werden und separat zum Abo des Deutschlandtickets erworben werden können.
- Komfortzuschlag für on-demand-Verkehre etc. möglich (entsprechend den Regelungen in den jeweiligen Tarifen)



Einführungspreis 49 €/Monat

Beschluss der länderoffenen Arbeitsgruppe zum bundesweiten ÖPNV-Ticket in der Sitzung am 27.01.2023: Das Deutschland-Ticket kommt zum 01. Mai 2023

Ausgabe/Kündigung des Tickets

- Digital (Chipkarte und account based ticketing)
- Digital (Smartphone mit Barcode VDV/UIC)
- Vorläufige Ausgabe als digital kontrollierbares (Papier)ticket (mit QR-Code) möglich bis zur Auslieferung bzw. Bereitstellung des digitalen Tickets, längstens bis zum 31.12.2023
- Jeweils zum 1. eines Monats bestellbar (Vorbestellfristen vor Ort),
 Monatsscharfe Gültigkeit bis 31.12.2023, dann taggenau.
- Ticket jeweils ein Monat gültig (automatische Verlängerung, wenn nicht rechtzeitig gekündigt), Kündigung bis 10. eines Monats jeweils zum Monatsende
- Startkarten ("Abo sofort") übergangsweise bis 31.12.2023 möglich (aber ohne Verpflichtung diese Option anzubieten)
- Längere Gültigkeit in Sonderfällen denkbar (z. B. bei Integration der D-Ticket-Gültigkeit in die BC 100 in Nachfolge City-Ticket)



Beschluss der länderoffenen Arbeitsgruppe zum bundesweiten ÖPNV-Ticket in der Sitzung am 27.01.2023: Das Deutschland-Ticket kommt zum 01. Mai 2023

Semesterticket

Bestehende Semesterticket-Vereinbarungen sollen (zunächst) erhalten bleiben Studierende bezahlen Solidarbeitrag unverändert über Semestergebühr, Abführung über Studierendenwerke an Verbund nach geltenden Regelungen Studierende können fakultativ Differenzbetrag zwischen Soli und Deutschland-Ticket an Verbund oder Unternehmen bezahlen und bekommen ein Deutschland-Ticket. Das Upgrade-Modell ist für VV nicht zwingend.

Im Zielzustand sollte möglichst schnell eine bundesweite Regelung über einen Solidarbeitrag für Studierende stehen.

Jobticket

Bundeseinheitliche Festlegung eines einheitlichen Übergangsabschlags:

- → Reiner Mengenrabatt ohne Arbeitgeberbeitrag soll nichtmehr gewährt werden
- → Arbeitgeberzuschuss von mindestens 25 Prozent auf den Ausgabepreis führt zu 5 Prozent Übergangsabschlag auf den Ausgabepreis

Befristeter Erhalt der bestehenden Voll-Solidarmodelle. Bundeseinheitliche Bedingungen für Voll-Solidarmodelle sind bis 01.01.2024 zu entwickeln.



9-Euro-Ticket versus Deutschlandticket

9 Euro/Monat 49 Euro/Monat Stammkunden Gelegenheitskunden ÖPNV **Umstellung Bestandsabos** deutschlandweit **Rabattierung Bestandsabos** 2. Klasse Senkung der Nutzenschwelle Verlagerung und Induktion von für Abos Alltags- und Ausflugsfahrten persönlich 100% digital 50% digital, 50% Papier

Betrachtung in 3 Phasen



2023

- •Einführungspreis 49
- •3 Mrd (1,5 + 1,5)
- Nachschusspflicht
- Tarifgenehmigungsfiktion
- •Die auszugleichenden Kosten sind spitz durch Bund und Länder nach Rettungsschirmsystematik abzurechnen (VMK Oktober 2022)
- •Beihilfeprüfung der KOM
- Musterförder RL für mindestens 2 Jahre
- •Liquiditätssicherung durch die Länder





2025

•2025 ff •UAG EAV diskutiert für 2025

noch ein "Sicherheitsnetz" zur Absicherung einer zu entwickelnden EAV

Gesetzliche und untergesetzliche Regelungen

Novellierung des RegG incl. Tarifanordnung (Hintergrund: immer noch keine finale Aussage der KOM zum beihilferechtlichen Charakter – daher Weg über 1370/2007 notwendig)

• Die Tarifanordnung im Regionalisierungsgesetz ist befristet bis Ende September 2023. Bund und Länder streben an, dass diese spätestens zum 1. Oktober durch Regelungen im Rahmen der EU-Verordnung 1370/2007 vor Ort abgelöst wird.

Konkretisierung des Ausgleichs durch die am 20.03. im Koordinierungsrat von Bund und Ländern beschlossenen MusterRL

- Differenz zu um die jeweiligen Tarifanpassungen auf das Jahr 2023 hochgerechneten tatsächlichen Fahrgeldeinnahmen der Monate Mai bis Dezember 2019
- Verkehrsmengeneffekt (langfristiges historisches Wachstum)
- Spezifische Betriebsleistungssteigerungen (mit Angebotselastizität)
- Pauschalen für die konkrete Umstellung der Vertriebstechnik zur Ausgabe und Kontrolle der Deutschlandtickets
- Minderungen von Erlösen aus Vertriebsprovisionen

Datenmeldung an Vertriebsdatensammelstelle



Erste Erfolge



Pressemitteilung

Berlin, den 25. April 2023

Deutschland-Ticket: schon rund 750.000 neue Abos

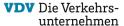
Tarifrevolution im ÖPNV startet in wenigen Tagen

Nur noch wenige Tage, dann beginnt im deutschen ÖPNV eine Tarifrevolution: Das Deutschland-Ticket für monatlich 49 Euro ist ein digitales, bundesweit einheitliches Aboticket mit dem Fahrgäste ab dem 1. Mai überall und uneingeschränkt Busse und Bahnen im Nahverkehr nutzen können. Der ...



Gemeinsame Kampagne







Vielen Dank - Zeit für Ihre Fragen

