

Das Deutschland-Ticket im Spiegel der Marktforschung

Matthias Abeling-Zuber, Dr.-Ing. Dipl.-Kfm. Till Ackermann, Katrin Hübner

Auf der Verkehrsministerkonferenz im Oktober 2022 wurde die Bundesländer-Evaluation des Deutschland-Tickets hinsichtlich seiner klimaseitigen, verkehrlichen und finanziellen Wirkungen beschlossen. Sie wird in einer Forschungs-koope-ration aus VDV und Deutsche Bahn sowie den beauftragten Institutspartnern rc-research & consulting, forsa Gesellschaft für Sozialforschung und YouGov durchgeführt.

Neben einer Nullmessung vor dem Start des Deutschland-Tickets werden fortlaufend Nachfragedaten und Marktforschungsergebnisse wie Nutzungshäufigkeiten und Nutzungsmuster des Tickets sowie die Kauf- und Nichtkaufgründe und die Verkehrsmittelnutzungsänderungen erhoben. Die Daten werden bevölkerungsrepräsentativ für jedes Bundesland und unterscheidbar für Neu-, Nicht- und Bestandskunden erfasst. Hierfür ist eine hinreichend große Ausgangsstichprobe zu realisieren:

- Stichprobe im Nullmessungszeitraum März bis April 2023 (KW 12 – KW 17): 24.179 Personen,

- Stichprobe Wirkungsmessung Mai 2023 bis Dezember 2024: 181.530 Personen.

Die Befragungsgesamtheit repräsentiert rund 60 Millionen Personen ab 14 Jahren mit ausreichenden Deutschkenntnissen, die in Privathaushalten wohnen und das Internet nutzen. Für die Hochrechnung ist eine Abschätzung auf die Gesamtbevölkerung erforderlich, weshalb zusätzliche Erhebungen für bestimmte Kundengruppen (zum Beispiel Offliner, Kinder 6–13 Jahre, Touristen) notwendig sind.

Verkehrliche Wirkungen

Seit Einführung des Deutschland-Tickets im Mai 2023 ist die Besitzquote kontinuierlich gestiegen. Hochgerechnet aus der Marktforschung besitzen rund 14,5 Millionen Menschen der deutschen Wohnbevölkerung im Dezember 2024 ein D-Ticket. Aufgrund der flexiblen Kündigungsmöglichkeit gibt es unterjährig stärkere saisonale Schwankungen in der Besitzquote, vor allem bedingt durch Ferienzeiten oder externe Einflüsse wie Wetter und Streik.

Ausschöpfung des Marktpotenzials

Den größten Anteil der D-Tickets machen Standardtickets aus. Im Dezember 2024 geben 59 Prozent der D-Ticket-Besitzer (> 14 Jahre) an, ein Standardticket zu besitzen. In dieser Gruppe findet absolut gesehen kaum noch ein Wachstum statt. Dabei ist zu berücksichtigen, dass ein Teil der Standardtickets durch neu hinzugekommene D-Tickets Job, Semester und Ausbildung/Schüler/Jugend abgelöst wurde. Dieser Anteil ist offensichtlich durch zusätzlich gekaufte Standardtickets kompensiert worden. Das D-Ticket Job macht die zweitgrößte Gruppe aus. Hier geben 20 Prozent der D-Ticket-Besitzer an, ein entsprechendes Ticket zu besitzen.

Berufs- und Ausbildungstickets sind Wachstumstreiber des D-Tickets

Gut eineinhalb Jahre nach der Einführung des D-Tickets liegt die Besitzquote unter Vollzeit-Berufstätigen bei 22 Prozent. Wenn alle heutigen Vollzeit berufstätigen

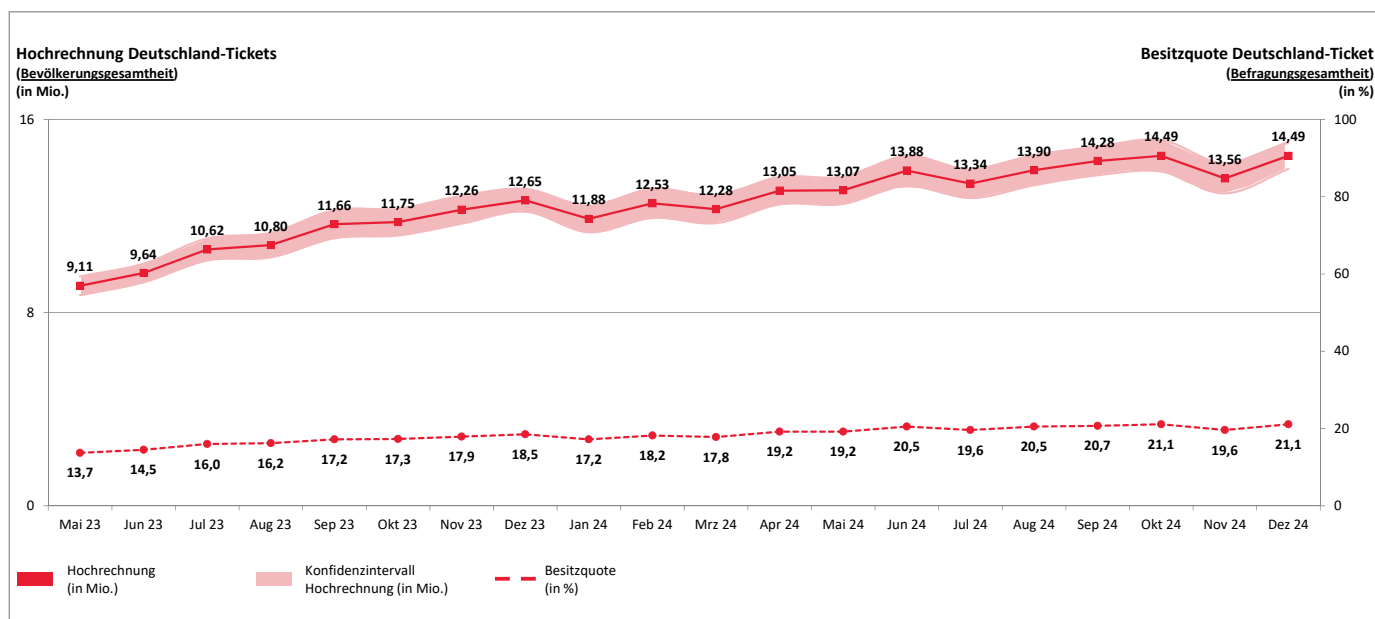


Abb. 1: D-Ticket Hochrechnung

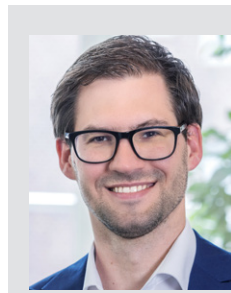
Grafiken: Darstellungen rc/forSa, Datenquellen: rc/forSa, YouGov

ÖPNV-Pendler ein D-Ticket Job über ihren Arbeitgeber erwerben könnten, ergäbe sich abzüglich des Ersatzes anderer D-Ticket Varianten ein Nettowachstum von rund einer halben Millionen D-Tickets Job.

Für Studierende an vielen Hochschulen war das solidarische Semesterticket der Standard, der Übergang zum D-Ticket erfolgte in verschiedenen Schritten. Erst mit dem rabattierten Deutschland-Ticket Semester, welches ab Sommersemester 2024 eingeführt und zum Wintersemester 2024/25 weiter ausgerollt wurde, ist eine weitgehende Umstellung erreicht worden. Inzwischen sind etwa 80 Prozent der Semestertickets aus April 2023 zum D-Ticket geworden. Auch bei Schülerfahrkarten kann eine zunehmende Umstellung auf das D-Ticket zum Schuljahresbeginn 2024/2025 festgestellt werden. So hat inzwischen fast jeder zweite Schüler ab 14 Jahren (43 Prozent) und jeder Fünfte (20 Prozent) der 6–13-Jährigen ein D-Ticket.

Das D-Ticket erhöht die Aboquote und bindet Kunden an den ÖPNV

Seit der Einführung des D-Tickets erhöhte sich die Abo-Quote um mehr als 60 Prozent. So hat inzwischen jeder Vierte der 60 Millionen Befragten (14+ Jahre) ein ÖPNV-Abo (12,7 Millionen D-Tickets und 2,4 Millionen sonstige Abotickets). Hinzukommen etwa 1,8 Millionen weitere Deutschland-Tickets von Schülern und nicht in der Befragung einbezogenen Personengruppen sowie 1 Million Abos von 6–13-jährigen Schülern. Die Befragung ergibt folgende Zusammensetzung der aktuellen Abonnenten:



Zum Autor

Matthias Abeling-Zuber ist seit 2018 bei der rc – research & consulting GmbH als Senior Consultant tätig. Als Experte in der Analyse von Consumer und Business Insights berät er Kunden aus dem Bereich Mobilität und Verkehr und ist Projektleiter der Bund-Länder-Evaluation zum Deutschlandticket. Nach dem Studium der Betriebswirtschaftslehre an den Universitäten Bielefeld und Hamburg war er zuvor unter anderem als Data Analyst und Lehrbeauftragter im Fachbereich Marketing an verschiedenen Universitäten tätig.



Zum Autor

Dr.-Ing. Dipl.-Kfm. Till Ackermann arbeitet seit April 1998 in teilweise wechselnden Tätigkeiten beim Verband Deutscher Verkehrsunternehmen, unter anderem als Gründungs-Geschäftsführer der VDV-Akademie e.V. und der VDV-Kernapplikations-Verwaltungsgesellschaft mbH. Aktuell wirkt er als Fachbereichsleiter Volkswirtschaft und Business Development und leitet für den VDV die Bund-Länder-Evaluation des Deutschlandtickets.



Zur Autorin

Katrin Hübner ist seit über 20 Jahren als Marktforscherin tätig – zunächst bei DHL und seit 2008 bei der Deutsche Bahn AG in Frankfurt. Ihr Fokus liegt auf Markt- und Zielgruppenstudien im Personenverkehr sowie Kundenzufriedenheitsforschung in der Logistik.

84 Prozent Deutschland-Ticket-Nutzer, davon wechselten 45 Prozent aus einem bestehenden Abo und 8 Prozent aus den Zeitkarten sowie 40 Prozent aus Produkten des Bartarifs in das D-Ticket. 4,3 Prozent der Deutschland-Ticket Nutzer im Dezember 2024 sind „Systemeinstieger“. Diese etwa 500.000 Personen geben an, den ÖPNV

vor dem Erstbesitz ihres Deutschland-Tickets in der Regel nicht genutzt zu haben. Somit konnten 52 Prozent der aktuellen Deutschland-Ticket-Nutzer (Bartarif-, Zeitkarten-Umsteiger und Systemeinstieger) neu im Abo gebunden werden. Zudem verbleiben 16 Prozent der Abo-Besitzer in ihren angestammten Abo-Produkten.

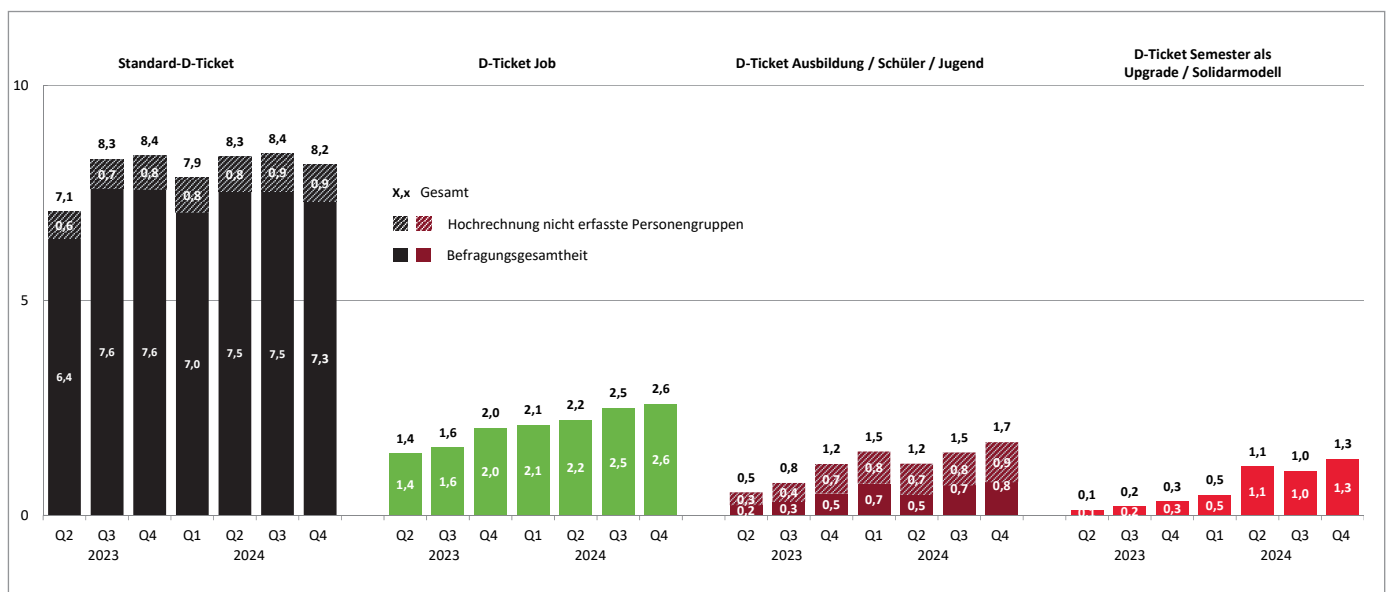


Abb. 2: Entwicklung der D-Ticket-Varianten (in Mio Tickets)

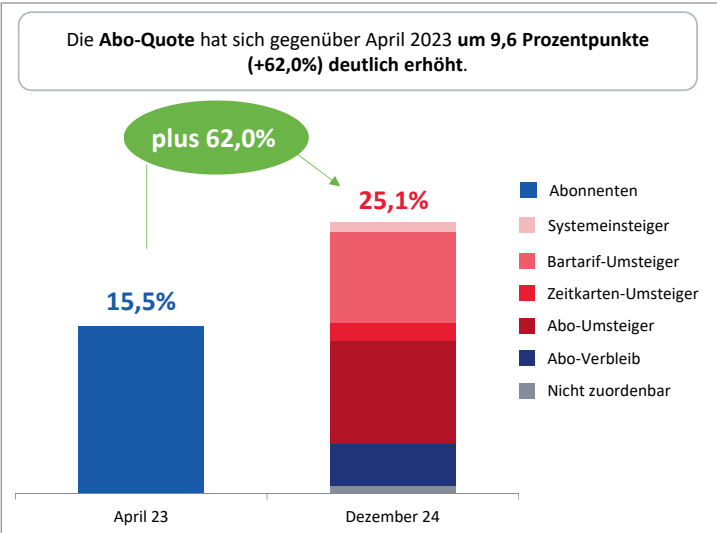


Abb. 3:
Entwicklung
der Abo-Quote
Quelle: Marktforschung
von rc/forsa

hen Reiseweiten auch eine entsprechend hohe Tarifersparnis erfahren. Die höheren Fahrten mit dem D-Ticket im ländlichen Raum zeigen sich auch am Verhältnis Anteil der Verkehrsleistung zu Anteil an Fahrten mit Quelle im ländlichen Raum (1,7 : 1). Auch wenn das Deutschland-Ticket hauptsächlich im alltäglichen Einzugsbereich genutzt wird (84 Prozent der Fahrten finden ausschließlich im Heimatverbund statt), so ist der Anteil verbundübergreifender Fahrten unter D-Ticket-Nutzern höher als unter ÖPNV-Nutzern ohne D-Ticket. 16 Prozent der Fahrten von D-Ticket-Nutzern führen auch in andere Verbünde.

Der ÖPNV gewinnt durch das D-Ticket an Attraktivität

Aus Sicht der ÖPNV-Nutzer wird der ÖPNV durch das D-Ticket attraktiver. So wird der ÖPNV vor allem preiswerter (54 Prozent Zustimmung) und kundenfreundlicher (42 Prozent Zustimmung) wahrgenommen. Außerdem finden 41 Prozent, dass das D-Ticket das Image des Nahverkehrs verbessert. Auch wenn der ÖPNV mit der Einführung des D-Tickets aus Sicht der Menschen preiswerter geworden ist, so finden doch die Hälfte der ÖPNV-Nutzer Verlässlichkeit und Pünktlichkeit wichtiger als den Preis und knapp die Hälfte sagt gleiches über die Taktung der Verbindungen. Deutschland-Ticket-Besitzer zeigen sich insgesamt zufriedener mit dem ÖPNV in ihrer Region. Auch mit ihrem Ticket sind die D-Ticket-Nutzer sehr zufrieden. Das trifft auf Ticketart, Nutzungsmöglichkeiten, Preis-Leistungsverhältnis und den Kaufvorgang zu.

Klimaseitige Wirkungen

Etwa 27 Prozent aller D-Ticket-Fahrten im vierten Quartal 2024 sind entweder indu-

Fast zwei Drittel der D-Ticket-Inhaber sind Dauernutzer

Von der Gruppe der Befragten hatte mehr als jeder Dritte seit Mai 2023 mindestens einmal ein D-Ticket im Besitz. Dies entspricht einem weitesten Kundenkreis von 20,9 Millionen Personen. 2024 waren insgesamt etwa 17 Millionen Menschen im Besitz eines D-Tickets. Davon (beziehungsweise von den zuordenbaren Tickets) waren im Dezember 2024 rund 68 Prozent Dauernutzer. Sie besitzen das D-Ticket seit mindestens drei Monaten und haben es seit dem Erstkauf durchgängig in Besitz. Knapp die Hälfte davon (45 Prozent) sind sogar Nutzer der ersten Stunde. 15 Prozent sind Gelegenheitsnutzer, also Personen, die das D-Ticket mehrere Monate mit mindestens einer Unterbrechung oder maximal die letzten beiden Monate genutzt haben. Sie optimieren ihr Kaufverhalten und kaufen je nach Anzahl der Fahrten entweder ein D-Ticket oder nutzen in Monaten mit we-

nig Fahrten den Bartarif. Sie sind entsprechend sensibel in ihrer Kaufentscheidung. Schließlich gibt es noch rund 17 Prozent Kündiger. Ein Großteil dieser Gruppe hat das Ticket nur einen Monat ausprobiert beziehungsweise für spezifische Fahrtenanlässe genutzt.

Das D-Ticket wird dort gekauft, wo viel ÖPNV-Angebot ist

Der ÖPNV wird in städtischen Räumen häufiger genutzt als in ländlichen Räumen. So besitzen im Dezember 2024 in Stadtregionen und deren Umland 26 Prozent ein Deutschland-Ticket, im ländlichen Raum sind es hingegen nur 12 Prozent (RegioStaR2). Auch vor der Einführung des D-Tickets lag die Quote der Abo-Besitzer (>14 Jahre) in städtischen Regionen mit 20 Prozent höher als in ländlichen Regionen mit 7 Prozent. Eine besondere Gruppe der Nutznießer des D-Tickets sind die Pendler aus dem ländlichen Raum, die aufgrund ihrer ho-

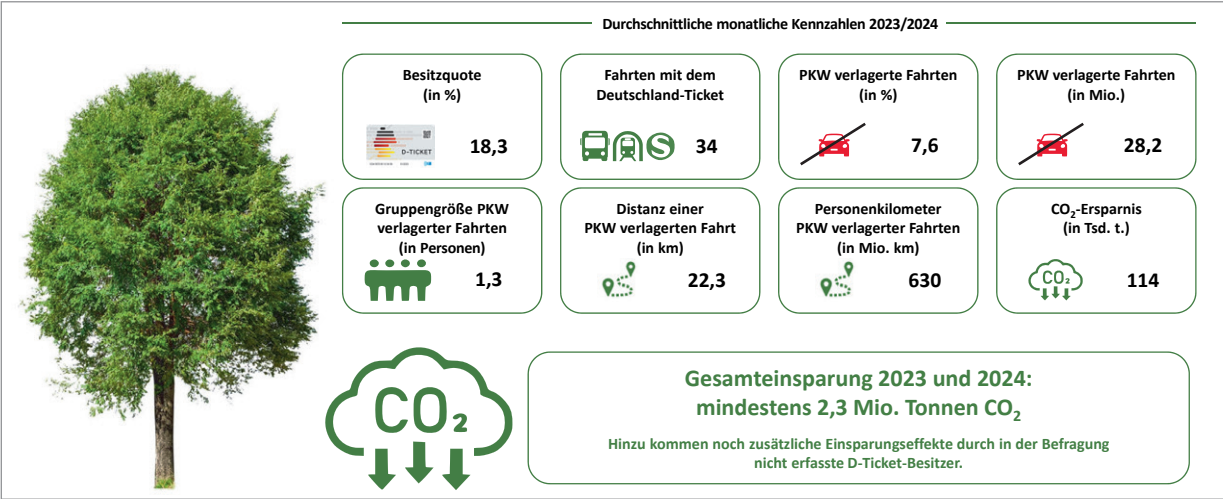


Abb. 4:
CO₂-Wirkung
des D-Tickets
Quelle:
Marktforschung
von rc/forsa

Durchschnittliche Differenz ÖPNV-Ausgaben von D-Ticket-Besitzern (Angaben der Befragten in einem Monat mit D-Ticket-Besitz)

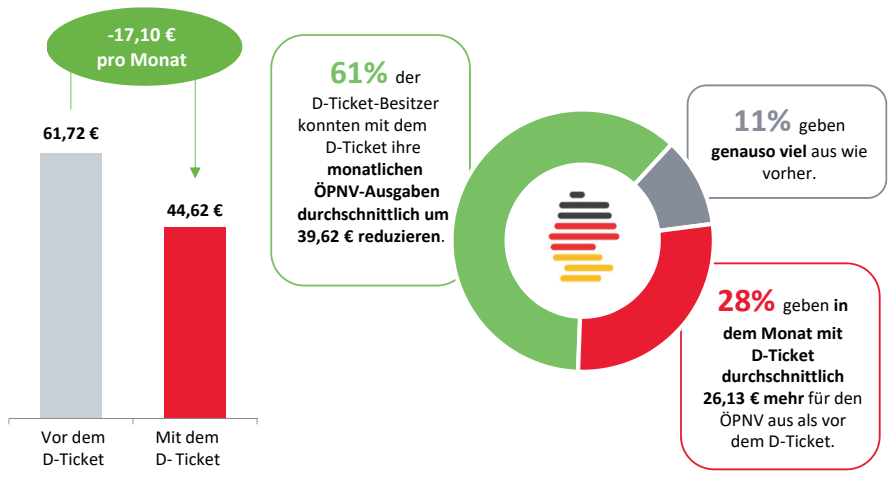


Abb. 5: Finanzielle Entlastung der Bürger durch das D-Ticket.

Quelle: Marktforschung von re/forsa

Personen eröffnen sich durch das Deutschland-Ticket Möglichkeiten für Ausflüge und Reisen, die ohne das Ticket vielleicht nicht umsetzbar gewesen wären. Unmittelbar vor dem Deutschland-Ticket lag die Quote von Zeitkarten und Abotickets bei den armutsgefährdeten Personen bei 21 Prozent. Die soziale Teilhabe ist also gestiegen.

Das D-Ticket entlastet D-Ticket-Besitzer deutlich

Mit der Einführung des D-Tickets konnten die Käufer ihre monatlichen Kosten für die Nutzung des ÖPNV im Mittel um etwa 17 Euro senken. Dabei konnten 61 Prozent der D-Ticket-Besitzer ihre monatlichen ÖPNV-Ausgaben durchschnittlich um 40 Euro reduzieren. 11 Prozent geben etwa gleich viel aus und 28 Prozent geben im Schnitt 26 Euro mehr aus.

zierte ÖPNV-Mehrfahrten (bis zu 13,5 Prozent) oder von anderen Verkehrsmitteln verlagert (13,2 Prozent). Dabei kommen 7,7 Prozent der mit dem D-Ticket unternommenen Fahrten vom Pkw, sind also Pkw-verlagerte Fahrten. Von den Bartarif-Umsteigern wird ein dreimal so hoher Anteil Pkw-Fahrten durch ÖPNV-Fahrten ersetzt (11,2 Prozent) als von Abo-Umsteigern (3,5 Prozent).

In 2023/2024 wurden durch das D-Ticket mindestens 2,3 Mio Tonnen CO₂ eingespart

In den ersten 20 Monaten seit der Einführung des D-Tickets wurden 560 Millionen Pkw-Fahrten durch Fahrten mit öffentlichen Verkehrsmitteln ersetzt. Die CO₂-Einsparung pro Fahrzeugkilometer wird mit 166g CO₂ bei einem Pkw-Besetzungsgrad von 1,4 angesetzt (TREMODO-Wert 2023 mit Bezugsjahr 2022). Dadurch ergibt sich eine Einsparung von rund 2,3 Millionen Tonnen CO₂ durch das D-Ticket im Gesamtzeitraum Mai 2023 bis Dezember 2024 (etwa 0,85 Millionen Tonnen CO₂ in 2023 und 1,45 Millionen Tonnen CO₂ in 2024).

Finanzielle Wirkungen aus Kundensicht

Das D-Ticket wird in allen Bevölkerungsschichten unabhängig vom Einkommen gekauft: Es ist in einkommensstarken Haushalten (21 Prozent) genauso vertreten wie in einkommensschwachen Haushalten (23 Prozent). Für schlechter situierte

Zusammenfassung/Summary

Das Deutschland-Ticket im Spiegel der Marktforschung

Der Artikel beschreibt die Ergebnisse der Bund-Länder-Evaluation zum Deutschland-Ticket von der „Nullmessung“ im März-April 2023 zur Wirkungsmessung bis Dezember 2024. Der Anstieg der Besitzquote der einzelnen Ticketarten über die Zeit wird dargestellt. Das D-Ticket erhöht die Aboquote, bindet Kunden und steigert die Attraktivität des ÖPNV. Die verkehrliche Wirkungsanalyse belegt, dass der ÖPNV häufiger genutzt wird. Die klimaseitigen Wirkungen zeigen, dass in 2023/2024 durch das D-Ticket mindestens 2,3 Millionen Tonnen CO₂ eingespart wurden. Die finanziellen Wirkungen stellen aus Kundensicht die teilweise sehr hohen Fahrgeldersparnisse dar. Mehr als 60 Prozent der Kunden zahlen durch das Deutschland-Ticket heute weniger für ihre ÖPNV-Nutzung.

The Deutschland-Ticket as indicated by market research

The article describes the results of the federal-state-evaluation of the Deutschland-Ticket, beginning from the "Zero-Measuring" in March-April 2023 to measure the impact until December 2024. The increase in the ownership rate of the individual types of tickets along the time is presented. The D-Ticket increases the subscription rate, retains customers and increases the attractiveness of public transport. The traffic impact analysis shows that public transport is more often used. The climate effects show, that in 2023/2024 at least about 2,3 million tons CO₂ were saved by using the D-Ticket. The financial effects from the customer's point of view are the -sometimes- very high fare savings. Today, more than 60 per cent of the customer pay less for their local transport service with the Deutschland-Ticket.

ANZEIGE

VDV Akademie

15. - 16.05.2025 in Hannover

ÖPNV im ländlichen Raum

Potenziale, Erkenntnisse und neue Wege

Jetzt anmelden!