



# DEUTSCHLANDTICKET ZUM PREIS VON 29 EURO

**Ticketbestand, Einnahmewirkung und Verkehrsverlagerung**

[greenpeace.de](https://www.greenpeace.de)

**GREENPEACE**

# DEUTSCHLANDTICKET ZUM PREIS VON 29 EURO

## Ticketbestand, Einnahmenwirkung und Verkehrsverlagerung

### Autoren:

Andreas Krämer  
Gerd Wilger  
Robert Bongaerts

Eine Studie der exeo Strategic Consulting AG  
im Auftrag von Greenpeace



## Kein Geld von Industrie und Staat

Greenpeace arbeitet international und kämpft mit gewaltfreien Aktionen für den Schutz der Lebensgrundlagen. Unser Ziel ist es, Umweltzerstörung zu verhindern, Verhaltensweisen zu ändern und Lösungen durchzusetzen. Greenpeace ist überparteilich und völlig unabhängig von Politik und Wirtschaft. Rund 620.000 Fördermitglieder in Deutschland spenden an Greenpeace und gewährleisten damit unsere tägliche Arbeit zum Schutz der Umwelt, der Völkerverständigung und des Friedens.

---

### Impressum

**Greenpeace e.V.** Hongkongstraße 10, 20457 Hamburg, T 040 30618-0 **Pressestelle** T 040 30618-340, F 040 30618-340, presse@greenpeace.de, greenpeace.de **Politische Vertretung Berlin** Marienstraße 19–20, 10117 Berlin, T 030 308899-0 **V.i.S.d.P.** Lena Donat **Autoren** Andreas Krämer, Gerd Wilger, Robert Bongaerts **Foto** Anne Barth @ Greenpeace  
**Stand** 01/2025

# Inhalt

<b>Zusammenfassung</b>	<b>04</b>
<b>1. Das Deutschlandticket zu einem reduzierten Preis von 29 Euro</b>	<b>07</b>
<b>2. Daten und Methodik</b>	<b>08</b>
2.1 Studienansatz: Primärstudie	08
2.2 Studienansatz: Einbeziehung von Sekundärdaten	09
2.3 Messung der Verlagerungswirkung von anderen Verkehrsmitteln	09
2.4 Messung der Preis-Absatz-Wirkung beim Deutschlandticket: Der PSM-Plus-Ansatz	10
<b>3. Preis-Absatz-Beziehungen, Bestandseffekte Nutzerstrukturen beim Deutschlandticket</b>	<b>11</b>
3.1 Bestimmungsfaktoren für die Attraktivität des Deutschlandtickets	11
3.2 Abschätzung des Deutschlandticket-Bestands bei Preisen von 29 und 58 Euro	12
3.3 Durchschnittliche Fahrtenintensität und Fahrtenvolumen bei unterschiedlichen Preisszenarios	15
3.4 Einordnung der Ergebnisse im Kontext der Erfahrungen mit dem 9-Euro-Ticket	15
<b>4. Einnahmewirkung unterschiedlicher Preise des Deutschlandtickets</b>	<b>16</b>
4.1 Einnahmenveränderungen beim Kauf des Deutschlandtickets	16
4.2 Einnahmenveränderungen im Nahverkehr bei unterschiedlichen Preisszenarios für das Deutschlandticket	16
<b>5. Substitution von Pkw-Fahrten durch das Deutschlandticket</b>	<b>17</b>
5.1 Öffentliche Diskussion zur Nachfrageverlagerung	17
5.2 Studiensynopse: Beeinflussung der Verkehrsmittelwahl beim Deutschlandticket	17
5.3 Fahrtenverlagerung bei vergleichbarem Studiendesign zum Deutschlandticket	19
5.4 Pkw-Fahrtenverlagerung und Verringerungen der Klimakosten bei unterschiedlichen Bestandsniveaus des Deutschlandtickets	21
5.5 Mittelfristige Veränderung der Fahrtenverlagerung bei einem zeitlich und preislich konstanten Deutschlandticket	22
<b>6. Kostenloses Deutschlandticket für Schüler</b>	<b>22</b>
6.1 Sicht der Bevölkerung auf ein kostenloses Deutschlandticket für Schüler	22
6.2 Einnahmewirkungen eines kostenlosen Deutschlandtickets für Schüler	23
<b>7. Fazit und Ausblick: Das Deutschlandticket im Kontext der Bundestagswahl im Feb. 2025</b>	<b>24</b>
<b>8. Literatur und Quellen</b>	<b>25</b>
<b>Befragungsergebnisse</b>	<b>29</b>

# Zusammenfassung von Greenpeace

Mit Beginn des Jahres 2025 steigen die Lebenshaltungskosten in vielen Bereichen erneut an. Energie, Wohnraum, Versicherungen und alltägliche Ausgaben werden teurer, und Menschen spüren den Preisdruck. Das gilt auch für Mobilitätskosten: Insbesondere das Deutschlandticket hat zum Jahreswechsel eine Preiserhöhung erfahren, von 49 auf 58 Euro. Nach vorliegender Studie könnte der teurere Ticketpreis dazu führen, dass 18 Prozent der bisherigen Abonent:innen kündigen. Der höhere Preis, eine unsichere langfristige Finanzierung und fehlende Vergünstigungen für Einkommensschwache und Familien mindern die Attraktivität des ÖPNV-Abos.

Für die aktuelle Studie wurden bundesweit 2108 Personen über 18 Jahren in einer qualitativen Erhebung befragt, welchen Preis sie für das Deutschlandticket akzeptieren würden. Neben den Absatz- und Einnahmeveränderungen untersucht die Studie auch das Verlagerungspotenzial von Auto- auf ÖPNV-Fahrten und die dadurch eingesparten CO<sub>2</sub>-Emissionen bei verschiedenen Preismodellen.

## Die wichtigsten Ergebnisse der Studie

**Befragte wollen günstigeres Deutschlandticket:** Bundesweit und über Parteipräferenzen hinweg bewerten 71 Prozent der befragten Personen das Deutschlandticket als gute Sache. Über die Hälfte (54 Prozent) befürworten eine deutliche Preissenkung (16 Prozent sind dagegen). Diese Einschätzung zeigt sich über die Wähler:innen aller politischen Parteien hinweg. 59 Prozent sagen: „Preisstabilität oder ein sinkender Preis beim Deutschlandticket würde mir gerade bei steigenden Lebenshaltungskosten viel bedeuten“.

**Verkaufte Tickets:** Bei einem Preis von 29 Euro würden 24,2 Mio. Menschen das Deutschlandticket kaufen – das sind 72 Prozent mehr als im Dezember 2024 bei einem Preis von 49 Euro (14,1 Mio.). Bei dem neuen Preis von 58 Euro

hingegen wird erwartet, dass die Zahl der Abonent:innen sogar um 18 Prozent auf 11,5 Mio. sinken wird. **Das 29-Euro-Ticket würde also mehr als doppelt so viele Menschen zum Kauf bewegen als das 58-Euro-Ticket.**

**Neue Nutzer:innen:** Das 29-Euro-Ticket würde mehr Menschen anziehen, die den ÖPNV bisher selten bis gar nicht genutzt haben. Unter Sozialhilfe- und Wohngeldberechtigten gaben 75 Prozent an, das Deutschlandticket zu einem Sozialtarif von 19 Euro kaufen zu wollen – im Gegensatz zu nur 29 Prozent zum Preis von 58 Euro. Der Zugang einkommensschwacher Gruppen zu Mobilität und gesellschaftlicher Teilhabe würde sich durch Preise von 29 bzw. 19 Euro also deutlich verbessern.

**Einnahmen:** Da ein 29-Euro-Ticket deutlich mehr Käufer:innen finden würde, als bisher das 49-Euro-Ticket, würden die Einnahmen durch das Deutschlandticket um 357 Millionen steigen. Wird die Abwanderung aus anderen Ticketoptionen berücksichtigt, zeigt sich dennoch, dass die Preissenkung insgesamt zu einer jährlichen Einnahmelücke von ca. 1,8 Mrd. Euro gegenüber dem 49-Euro-Ticket bzw. 2,5 Mrd. Euro gegenüber dem 58-Euro-Ticket führen würde.

**Verlagerung vom Pkw zum ÖPNV:** Bei einem Preis von nur 29 Euro würden deutlich mehr Menschen, die bisher kein ÖPNV-Abo besaßen, das Deutschlandticket kaufen. In diesem Kund:innen-Segment ist eine deutlich höhere Verlagerung vom Pkw zum ÖPNV zu erwarten als unter den aktuellen Deutschlandticket-Besitzer:innen. Mit einem 29-Euro-Ticket könnten 35,6 Mrd. Personenkilometer vom Auto auf den ÖPNV verlagert werden – das ist doppelt so viel wie beim 49-Euro-Ticket. Dadurch würden 6,5 Mio. tCO<sub>2</sub> pro Jahr eingespart werden und Klimafolgekosten in Höhe von 5,7 Mrd. Euro pro Jahr – 3 Mrd. Euro mehr als noch bei dem 49-Euro-Ticket (und 3,5 Mrd. Euro mehr als bei dem 58-Euro-Ticket). Die Einnahmelücke wird also durch die vermiedenen Klimakosten mehr als aufgewogen.

**Kostenloses Schüler:innen-Ticket:** 75 Prozent halten ein kostenloses Schüler:innen-Ticket für eine gute Idee. Die positive Bewertung ist unabhängig von Wohnort, Einkommen und davon, ob Kinder im Haushalt leben. Ein kostenloses Deutschlandticket für Schüler:innen bundesweit

anzubieten, würde 1,1 Mrd. Euro kosten, den Deutschlandticket-Bestand aber um weitere 9,9 Mio. Tickets erhöhen. Laut der Umfrage würde ein kostenloses Schüler:innen-Ticket auch viele Eltern dazu bewegen, sich selbst ein Deutschlandticket zu kaufen.

## Die wichtigsten Ergebnisse tabellarisch

	DT zu 29 Euro	DT zu 49 Euro	DT zu 58 Euro
<b>Bestand (Mio. Stück pro Monat)</b>	24,2	14,1	11,5
<b>Absatz-Veränderung (in Prozent) gegenüber 49 Euro</b>	+ 72 %	–	- 18 %
<b>Einnahmen aus dem DT (Mio. Euro pro Jahr)</b>	8.024	7.668	7.409
<b>Einnahme-Veränderungen (gegenüber 49 Euro) inkl. Veränderung bei Einzeltickets etc. (Mio. Euro pro Jahr)</b>	- 1.775	0	+ 681
<b>Vermiedene Klimakosten (Mio. Euro p. a.)</b>	5.740	2.783	2.288

## Greenpeace-Forderungen zum Deutschlandticket

- **Der Erfolg des Deutschlandtickets hängt maßgeblich mit dem Preis zusammen: Greenpeace schlägt ein Preismodell vor, bei dem das reguläre Deutschlandticket für Erwachsene 29 Euro kostet, das Sozialticket 19 Euro. Kinder und Jugendliche sollten den Nahverkehr kostenlos nutzen können.**
- **Der öffentliche Nahverkehr ermöglicht soziale Teilhabe – wenn er auch für Einkommensschwache bezahlbar ist. Daher müssen sich Bund und Länder auf ein bundesweit einheitliches Sozialticket für maximal 19 Euro in ganz Deutschland einigen.**
- **Ein günstiger Preis bewegt nur in Kombination mit einem attraktiven Angebot zum Umstieg auf Bus und Bahn. Auch in Kleinstädten und auf dem Land braucht es einen attraktiven, barrierefreien öffentlichen Verkehr, der eine praktikable Alternative zum eigenen Auto darstellt. Der öffentliche Nahverkehr sollte daher zügig auch in der Fläche ausgebaut und auskömmlich finanziert werden.**

# Deutschlandticket zum Preis von 29 Euro

## – Ticketbestand, Einnahmewirkung und Verkehrsverlagerung

Von Andreas Krämer, Gerd Wilger und Robert Bongaerts

### - Abstract -

Seit Mai 2023 wird das Deutschlandticket (DT) als Nachfolgeprodukt des 9-Euro-Tickets (Jun.-Aug. 2022) angeboten. Bereits vor Einführung des DT zu 49 Euro wurde teilweise ein günstigerer Ticket-Preis gefordert, um möglichst starke Klima- und Verkehrseffekte zu erzielen. Im Rahmen der hier vorgelegten Untersuchung wird ermittelt, dass das Deutschlandticket bei einem auf 29 Euro abgesenkten Preis einen Bestand von ca. 24,2 Mio. Stück pro Monat erreichen könnte. Dies entspricht einer Steigerung um 72 % gegenüber dem aktuellen Bestand von 14,1 Mio. Stück. Bei den neu gewonnenen Abonnenten handelt es sich vorrangig um preissensible Kunden, die den öffentlichen Nahverkehr (NV) bisher weniger genutzt haben, gleichzeitig aber über ein hohes Potenzial für die Fahrtenverlagerung vom Pkw zum NV verfügen. Insbesondere einkommensschwache Gruppen würden das Ticket mehr als doppelt so häufig kaufen. Da ein 29-Euro-Ticket deutlich mehr Käufer:innen finden würde als bisher das 49 Euro-Ticket, würden die Einnahmen durch das Deutschlandticket um 357 Millionen steigen. Wird die Abwanderung aus anderen Ticketoptionen berücksichtigt, zeigt sich, dass die Preissenkung insgesamt zu einem zusätzlichen Bedarf von ca. 1,8 Mrd. Euro ggü. dem 49-Euro-Ticket bzw. 2,5 Mrd. Euro ggü. dem 58-Euro-Ticket jährlich führen würde. Allerdings könnte der Pkw-Verkehr damit 2,5 mal so stark reduziert werden, wie dies beim „DT zu 58 Euro“ der Fall ist. Damit sind Einsparungen an Emissionen in Höhe von 6,5 Mio. t CO<sub>2</sub> erreichbar. Allein die mit dieser Menge CO<sub>2</sub> vermiedenen Klimakosten belaufen sich auf mehr als 5,7 Mrd. Euro p.a., so dass die Einnahmenverluste in der NV-Branche alleine durch die Vermeidung dieser Kosten überkompensiert würden. Hinzu kommen weitere externe Kosten des Autoverkehrs (u.a. durch Luftschadstoffe, Unfälle, Stau), die dank der Verlagerungswirkung des Deutschlandtickets vermieden werden und dessen gesamtwirtschaftliche Bilanz weiter verbessern. Positive Effekte des „DT zu 29 Euro“ (u.a. Verkehr, Klima, soziale Teilhabe) könnten dann verstärkt werden, wenn das Ticket verlässlich über einen planbaren Zeithorizont oder dauerhaft angeboten wird. Parteiübergreifend besteht nicht nur eine allgemein hohe Akzeptanz für das DT, sondern auch eine Mehrheit für eine deutliche Preisabsenkung beim DT. Sehr hohe Zustimmung gibt es auch zu einem kostenlosen DT für Schüler:innen. Dies würde ca. 1 Mrd. Euro zusätzlich kosten, den DT-Bestand aber um weitere 9,9 Mio. Tickets erhöhen.

## 1. Das Deutschlandticket zu einem reduzierten Preis von 29 Euro

Die kontroversen Diskussionen zum Erfolg des DT knüpfen mehr oder weniger lückenlos an die sehr unterschiedlichen Bewertungen des 9-Euro-Tickets an (Krämer und Korbitt, 2023). Das DT wurde im Mai 2023 nach langwierigen Diskussionen zum Preis von 49 Euro pro Monat am Markt eingeführt. Seitdem war ein dynamisches Bestandswachstum zu beobachten, unterbrochen von der Streikwelle im Winter 2023/24. Laut VDV (VDV und Deutsche Bahn, 2024d) überschreitet der Bestand an DT im Sep. 2024 die Marke von 14 Mio. Tickets (das entspricht einem Zuwachs von 5 Mio. Stück bzw. 55 % gegenüber dem Einführungsmonat Mai 2023). Bei unverändertem Preis wäre bis Mitte 2025 ein weiterer leichter Anstieg im Bestand erwartbar gewesen (Koordinierungsrat Deutschlandticket, 2024).

Der Preis des DT steigt zum 1. Januar 2025 auf 58 € pro Monat, weil erwartet wird, dass die Einnahmelücke im NV durch die von Bund und Ländern bereitgestellten 3 Mrd. Euro jährlich nicht gedeckt werden kann.<sup>1</sup> Dies entspricht einem Preisanstieg von mehr als 18 %. Argumentiert wird häufiger, auch bei diesem Preis bleibe das Deutschlandticket ein günstiges Ticket. Allerdings sei auch zu erwarten, dass ein Teil der Nutzenden in „preisgünstigere lokale und regionale Tarife überwandert“ (KCW, 2024). Verbrauchervertretungen wie die Verbraucherzentrale Bundesverband (2024) hatten vorher gefordert: „Bund und Länder müssen eine Finanzierung zusichern, die den Einstiegspreis von 49 Euro pro Monat bis mindestens 2030 fest schreibt.“ Allerdings haben das die rechtlichen und politischen Rahmenbedingungen nicht möglich gemacht. Einige Wissenschaftler sahen darin bereits das Ende des DT (Knie, 2024). Auf die Option eines DT zu 29 Euro wurde bereits in 2022 aufmerksam gemacht (Greenpeace 2022). Die Beratungsgesellschaft exeo Strategic Consulting AG (kurz exeo) wurde im Dez. 2024 von Greenpeace e.V. um ein Gutachten gebeten, bei dem die folgenden drei Fragenkomplexe untersucht werden sollten:

- Welcher Bestand ist bei einer Absenkung des Preises für das DT auf 29 Euro zu erwarten (im Vergleich zu 49 Euro bzw. 58 Euro)? Wie verändert sich bei einem abgesenkten Preis die Nutzerstruktur des Tickets?

---

<sup>1</sup> Der Finanzbedarf der NV-Branche wird definiert als Soll-Einnahmen (Fortschreibung der Entwicklung auf Basis des Vor-Corona-Jahres 2019 unter Einbeziehung von Mengensteigerungen und Tarifierhöhungen) abzüglich der jeweiligen tatsächlichen Einnahmen (Ist-Einnahmen). Für 2025 wurde erwartet, dass die zugesagten 3 Mrd. Euro zusätzliche Förderung den Finanzbedarf der NV-Branche nicht mehr decken.

- Welche Einnahmewirkungen ergeben sich für den Nahverkehr bzw. wie verändert sich die Einnahmenlücke bei einem „Deutschlandticket zu 29 Euro“? Wie sind die Einnahmewirkungen einerseits im DT-Segment, andererseits im Restsortiment?
- Wie beeinflusst die Preishöhe des DT die Nutzerstruktur und die Verlagerungswirkung, also insbesondere die Reduzierung von Pkw-Fahrten? Welche Auswirkungen hat dies auf die CO<sub>2</sub>-Emissionen und die externen Kosten des Autoverkehrs? Welchen Beitrag würde ein DT zu 29 Euro zur Verkehrswende leisten?

Als Nebenaspekte sollen zudem beleuchtet werden, (a) wie hoch der zusätzliche Finanzbedarf im NV-Sektor bei der Einführung eines kostenlosen DT für Schüler sein wird und – vor dem Hintergrund der anstehenden Bundestagswahl – (b) wie sich die Bewertung des DT in Abhängigkeit von der Parteien-Präferenz unterscheidet. Beantwortet werden diese Fragen u.a. auf der Basis einer aktuellen empirischen Untersuchung, deren Ergebnisse mit anderen Datenquellen und verfügbaren Untersuchungsergebnissen verzahnt sowie validiert werden.

Zu berücksichtigen ist, dass nicht alle Besitzer des DT den regulären Preis von 58 Euro (ab 1.1.2025) zahlen. So bestehen für die Zielgruppen Jobticket-Inhaber und Studierende bundeseinheitliche Regelungen. Das Konzept „Deutschlandticket zu 29 Euro“ leitet mit der gleichen Tariflogik die reduzierten Preise für diese Zielgruppen ab, ergänzt wird zusätzlich ein Sozialticket zum Preis von 19 Euro (Tabelle 1).

*Tabelle 1: Preispunkte (brutto) für die Analyse des Deutschlandtickets (DT)*

Zielgruppe	Konzept DT zu 29 Euro	DT bis 31.12.2024	DT ab 1.1.2025
Reguläres DT	29,00 €	49,00 €	58,00 €
DT Jobticket*	20,30 €	34,30 €	40,60 €
DT Studierende**	17,50 €	29,60 €	34,80 €
DT Sozialticket***	19,00 €	---	---

\* Mindestens 30 % Preis-Reduzierung zum regulären Angebot. \*\* 60 % Preis-Reduzierung zum regulären Angebot. \*\*\* In 2024 und 2025 keine bundesweit einheitliche Regelung

## 2. Daten und Methodik

### 2.1. Studienansatz: Primärstudie

Für das Gutachten wurde eine empirische Erhebung durchgeführt. Es handelt sich dabei um eine repräsentativ angelegte Onlineerhebung, die sich am Design der bereits bisher von exeo durchgeführten Studien in diesem Kontext orientiert. Befragt wurden 2.108 Personen ab 18 Jahren in Deutschland (607 mit DT-Besitz; Nutzung eines Online-Access-Panels zur

Rekrutierung der Probanden; 27.12.2024 bis 31.12.2024; Dauer der Kernbefragung ca. 13,9 Minuten). Um die Repräsentativität der Daten sicherzustellen, wurden die Daten in einem mehrstufigen Prozess gewichtet (u.a. nach Alter, Bundesland, Wohnortgröße etc.). Die Studienergebnisse sollten nicht nur Grundlagen für die Preis-Absatz- sowie Verlagerungswirkungen beim DT bilden, sondern auch übergreifend die Sicht der Bevölkerung auf das DT beleuchten.

## **2.2. Studienansatz: Einbeziehung von Sekundärdaten**

Um ein valides Bild zur Wirkung des DT zeichnen zu können, ist es einerseits erforderlich, die Primärdaten so zu gewichten, dass diese repräsentativen Ansprüchen genügen und hochgerechnet werden dürfen. Andererseits sollten in die Betrachtung Sekundärdaten zur Validierung einfließen. Das sind erstens Daten aus öffentlich zugänglichen Statistiken, Forschungsberichten und sonstigen Quellen. Zweitens werden die folgenden von exeo durchgeführten Studien herangezogen: „OpinionTRAIN“ Sep. 2023 (Krämer et al., 2023), „DT Lab“ Okt. 2023 (exeo, 2023)<sup>2</sup> und „PSM Plus Deutschlandticket“, die im Auftrag des Koordinierungsrats Deutschlandticket im Aug. 2024 durchgeführt wurde (Koordinierungsrat Deutschlandticket, 2024). Ergänzend einbezogen werden drittens Erfahrungen aus fast 30 Einzeluntersuchungen und -bewertungen zum 9-Euro-Ticket und zum DT sowie diversen Projekten.

## **2.3. Messung der Verlagerungswirkung von anderen Verkehrsmitteln**

Weil Befragungen nicht oder nur eingeschränkt in der Lage sind, die Nachfragewirkungen von Angeboten wie dem 9-Euro-Ticket valide zu messen (Ortega und Link, 2025), wurde von exeo ein spezieller Untersuchungsansatz gewählt, bei dem die Befragungsdaten nicht nur innerhalb der Studie inhaltlich geprüft und validiert sondern zusätzlich anhand von Sekundärdaten (z.B. Pkw-Verkehr in Hamburg, oder bundesweit Mobilfunkdaten von Teralytics, Fahrgastzahlen im ÖPNV und SPNV) kalibriert werden (Krämer und Brocchi, 2024; Krämer, 2024a; Krämer und Korbitt, 2023).<sup>3</sup> Zum Untersuchungsansatz und zu dessen Validierung liegen mehrere Methoden-Studien vor (exeo, 2023; Krämer 2023b).

---

<sup>2</sup> Zusätzlich zur Studie OpinionTRAIN wurden im Okt. 2023 im Rahmen einer experimentellen Studie (Methodentest) spezielle Aspekte wie Fragedesigns zur Fahrtenverlagerung bzw. die Messung der Zahlungsbereitschaften für das Deutschlandticket überprüft. Im Rahmen dieser experimentellen Versuchsanordnung („DT Lab“) konnte u.a. nachgewiesen werden, dass im Untersuchungsansatz der VDV-Evaluierungsstudie (Befragung) der Anteil an induziertem Verkehr systematisch überschätzt und gleichzeitig die Fahrtenverlagerung vom Pkw beim DT unterschätzt wird. Zusätzlich konnte die Robustheit der von exeo entwickelten Methode „PSM-Plus“ zur Bestimmung der Zahlungsbereitschaften beim DT geprüft und bestätigt werden.

<sup>3</sup> Krämer und Brocchi (2024) zeigen beispielsweise, dass die für den Hamburger Verkehrsverbund ausgewiesenen Mehrverkehrsquoten beim DT konsistent zu den beobachteten Steigerungen im ÖPNV sind.

## 2.4. Messung der Preis-Absatz-Wirkung beim Deutschlandticket: Der PSM-Plus-Ansatz

Die Preis-Absatz-Wirkungen hängen davon ab, wie viel die Nutzer für das DT maximal zu zahlen bereit sind. Für die Messung der individuellen Zahlungsbereitschaften lässt sich grundsätzlich auf ein breites Sortiment unterschiedlicher Instrumentarien zurückgreifen. Während in den letzten Jahrzehnten indirekte Verfahren, wie Conjoint Measurement, teilweise als Goldstandard in der Preisforschung galten, relativiert sich diese Sicht vor dem Hintergrund veränderter Rahmenbedingungen und Herausforderungen im Management. Daher stehen aktuell einfache Verfahren der Datenerhebung wieder stärker im Zentrum des Interesses (Schmidt et al., 2023). Allerdings stehen einfache Verfahren der Messung von Zahlungsbereitschaften, wie beispielsweise offene Eingaben, im Verdacht, die wahren Zahlungsbereitschaften zu unterschätzen. Beim Van Westendorp-Ansatz handelt es sich um ein relativ einfaches Verfahren der Datenerfassung, bei dem Zahlungsbereitschaften allerdings nicht direkt gemessen werden. Trotz der klaren Schwächen kommt der klassische Ansatz von Van Westendorp auch zum Einsatz, um für das DT vor dem Marktstart einen „optimalen Preis“ zu bestimmen (infas, 2023b; Nobis, 2022). Ein zentraler Schwachpunkt dieses Ansatzes kann überwunden werden, wenn die erfassten Daten anders interpretiert werden. Die von exeo entwickelte PSM-Plus-Methode (Krämer, 2024b) nutzt zwei von den insgesamt vier im Rahmen des Van Westendorp-Ansatzes erfassten Preispunkten, und zwar den Preispunkt P3 („teuer, aber noch akzeptabel“) und P4 („so teuer, dass sicher nicht mehr gekauft wird“) um auf dieser Basis individuelle Preisbereitschaften zu schätzen. In unterschiedlichen Pricing-Projekten konnte die Leistungsfähigkeit des Instrumentariums unter Beweis gestellt werden.<sup>4</sup>

Wie Krämer et al. (2017) ausführen, kann die dafür relevante Preis-Absatz-Funktion aber mittels Approximation aus den beiden oberen Preispunkten („teuer, aber akzeptabel“ und „zu teuer“) gebildet werden. Dies lässt sich wie folgt begründen: Mit dem Preispunkt „teuer, aber akzeptabel“ wird die Zahlungsbereitschaft nicht getroffen (unterschätzt). Der Verbraucher sieht zwar einerseits einen hohen Preis, andererseits aber auch einen erheblichen Wert (dessen Nutzen höher als der Nutzenverlust durch den Preis ist). Sprich: Bei diesem Preis bleibt noch eine Konsumentenrente bestehen. Die maximale Zahlungsbereitschaft bedeutet hingegen eine

---

<sup>4</sup> Zur Kritik an der Interpretation der Daten des Van Westendorp-Ansatzes siehe Roll et al. (2010), die argumentieren, dass dieser weder mathematische noch theoretische Argumentationen bietet, warum die Schnittpunkte von Verteilungsfunktionen als Preisschranken und Preisempfehlungen interpretiert werden können. Außerdem sind die Schnittpunkte nicht mit dem Zielsystem eines Unternehmens (Umsatz- oder Gewinnziele) verknüpft.

Konsumentenrente von Null. Beim Preispunkt „zu teuer“ erfolgt kein Kauf mehr, d.h. der Preis liegt oberhalb der maximalen Preisbereitschaft des Verbrauchers.

Zunächst wird daher aus den Angaben der Befragten die maximale Zahlungsbereitschaft abgeschätzt, indem ein Mittelwert aus den Preispunkten P3 (teuer, aber akzeptabel) und P4 (zu teuer) gebildet wird. Am Ende des Interviews werden die Studienteilnehmer noch einmal bezüglich der Akzeptanz dieses (berechneten) Preises gefragt. Auf dieser Basis erfolgt ggfls. eine Adaption der abgeschätzten maximalen Zahlungsbereitschaft nach oben oder unten. Weitere Validierungen sind möglich, wenn der Grad der Kundenbindung oder die individuell wahrgenommenen Alternativen zum Deutschlandticket (DT) erfasst und in die Modellierung eingebunden werden. Als Ergebnis wird u.a. die Preis-Absatz-Beziehung abgebildet. Dabei ist zu beachten, dass die Absatz-Veränderungen sich jeweils auf den aktuellen Preispunkt im Markt beziehen. Die meisten Nutzer des DT zahlen für das Ticket den regulären Preis von 49 Euro. Bei Zielgruppen wie z.B. Sozialticket-, Jobticket- und Semesterticket-Besitzern ist der effektive Preis für den Nutzer allerdings abgesenkt.

Auf Basis der empirischen Daten, die mehrfach validiert wurden, lassen sich in einem weiteren Schritt Simulationsrechnungen durchführen, die für beispielhafte Preispunkte die Zu- und Abwanderung der Kunden zeigen (Migration der Kunden in das oder aus dem DT in andere Ticketsegmente des Nahverkehrs bzw. den System-Einstieg bzw. -Ausstieg).

### **3. Preis-Absatz-Beziehungen, Bestandseffekte Nutzerstrukturen beim Deutschlandticket**

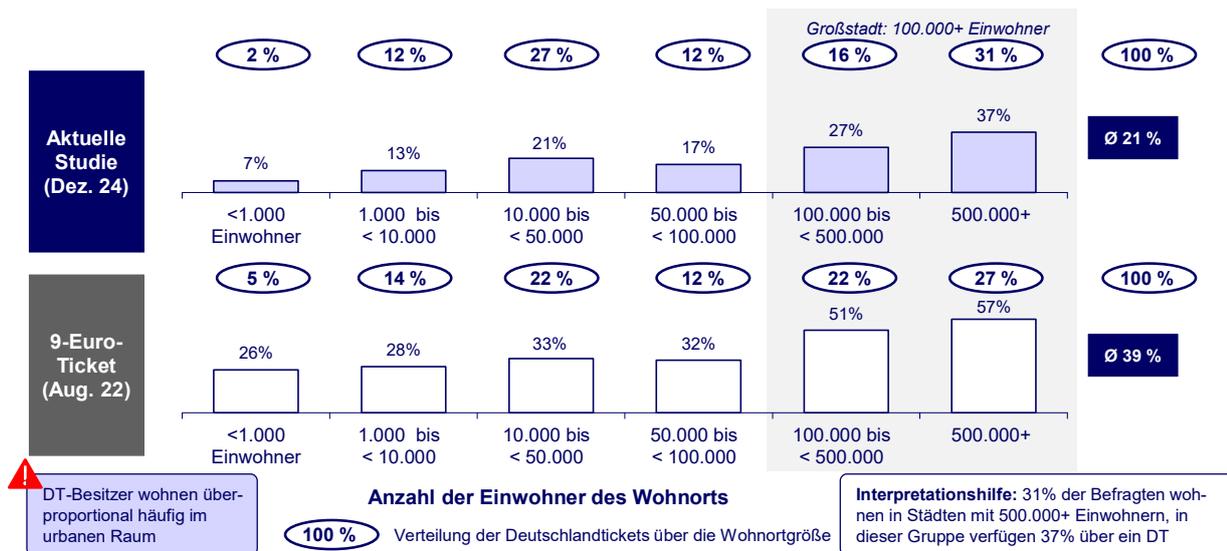
Zunächst werden (nach einer kurzen Diskussion der Bestimmungsfaktoren der wahrgenommenen Attraktivität des DT) auf Basis der individuellen Zahlungsbereitschaften die Absatzwirkungen bei einem abgesenkten Preis von 29 Euro, dann für den ab 1.1.2025 gültigen DT-Preis von 58 Euro bestimmt. Darauf aufbauend wird abgeschätzt, wie sich die Nutzer des DT beim jeweiligen Preispunkt zusammensetzen. Auf dieser Basis lässt sich – unter Zuhilfenahme der Erfahrungen beim 9-Euro-Ticket – das Fahrtenvolumen für unterschiedliche Preisszenarios bestimmen.

#### **3.1. Bestimmungsfaktoren für die Attraktivität des Deutschlandtickets**

Für die Attraktivität des DT sind einerseits preisliche Faktoren entscheidend (neben der Preishöhe spielen auch Tarifkonditionen wie automatische Abo-Verlängerungen oder Kündigungsmodalitäten eine Rolle), andererseits die Anbindung an den Nahverkehr (Taktung, Anzahl der Verbindungen, Pünktlichkeit etc.). Nur so ist zu erklären, dass der Anteil der DT-Nutzer stark

in Abhängigkeit von der Größe des Wohnortes variiert. Etwa die Hälfte der DT-Besitzer wohnen in einer Großstadt (100.000+ Einwohner). Das war auch bereits beim 9-Euro-Ticket der Fall (Abb. 1). Preislich wird das DT in größeren Städten bei entsprechend hoher ÖPNV-Qualität für Personen, die bereits vor der DT-Einführung über ein Abo im NV verfügt haben, auch bei Preisen von 60 oder 70 Euro attraktiv erscheinen, bei schlechterer Anbindung des ÖPNV (z.B. in ländlichen Regionen) ist das aber nicht der Fall.

**Besitz des Deutschlandtickets (DT) und 9-Euro-Tickets nach Wohnortgröße (% der Befragten)<sup>1)</sup>**



1) Seit dem 1.5.2023 wird das Deutschlandticket für bundesweites Fahren im Nahverkehr für 49 Euro pro Monat als monatlich kündbares Abo angeboten. Das Ticket ist papierlos und personalisiert, d.h. ohne die Möglichkeit zur Mitnahme oder einer Übertragbarkeit an andere. Besitzen Sie dieses Ticket? Und: Wie viele Einwohner hat der Ort, in dem Sie wohnen?

**Abb. 1: Deutschlandticket (DT)- und 9-Euro-Ticket-Besitz nach Wohnortgröße (% der Befragten)**

Mit aktuell 21 % Besitz-Quote kommt das DT auf ein deutlich geringeres Niveau als beim 9-Euro-Ticket (39 % im Aug. 2022). Neben der Wohnortgröße sind weitere Bestimmungsfaktoren für die Nutzung des DT zu beachten. Erhöhte Quoten ergeben sich beispielsweise bei

- jüngeren Menschen
- Personen mit bisher hoher Nutzungsintensität von ÖPNV und Bahn (insbesondere Alt-Abo-Kunden, also Besitzer eines Abos im NV vor Einführung des DT im Mai 2023)
- Besitzern einer BahnCard
- guter (subjektiver) Anbindung an den NV.

### 3.2. Abschätzung des Deutschlandticket-Bestands bei Preisen von 29 und 58 Euro

Per PSM-Plus-Methodik wird die mittlere Zahlungsbereitschaft je Studienteilnehmer gemessen, die im weiteren Verlauf zur Abschätzung der Preis-Absatz-Wirkungen beim DT herangezogen werden. Diese variieren stark in Abhängigkeit von der Nutzungsintensität des NV und

der subjektiven Anbindung an den NV (Abb. 2). Die höchste mittlere Zahlungsbereitschaft besteht bei Personen mit intensiver Nutzung und guter Anbindung an den ÖPNV.

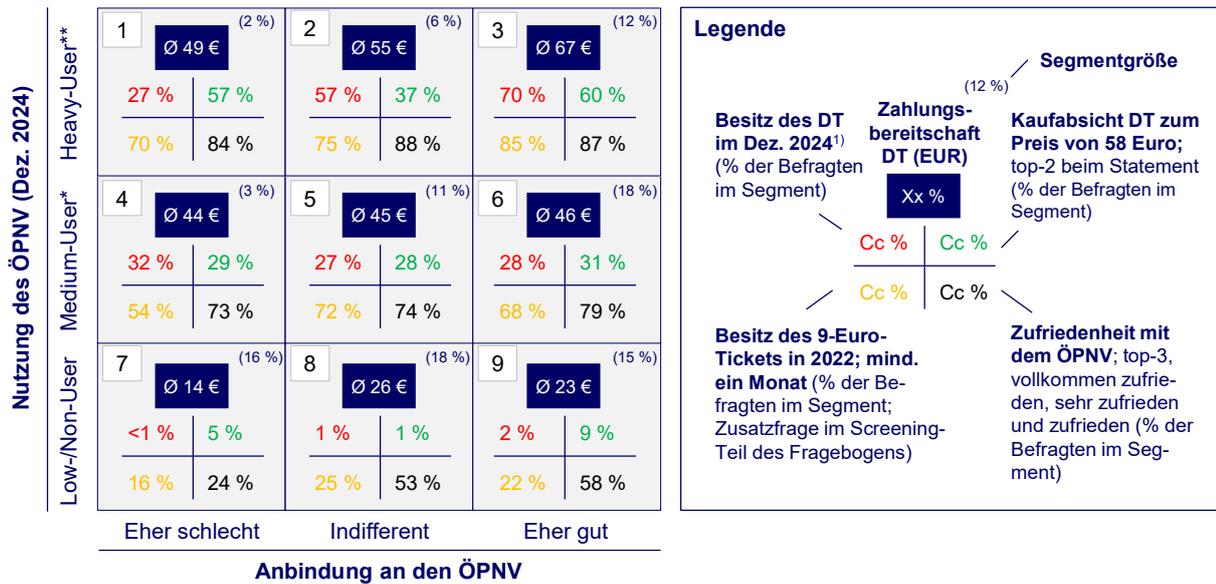


Abb. 2: Zahlungsbereitschaft für das Deutschlandticket nach Nutzungsintensität im ÖPNV und subjektiver Anbindung an den ÖPNV

Für die Abschätzung der Mengenwirkung wird für das DT zum Preis von 49 Euro eine Absatzmenge von 14,1 Mio. Stück (Dez. 2024) zugrunde gelegt (Index 100 %). Bei Preiserhöhung auf 58 Euro ist mittelfristig von einem Absatzrückgang in Höhe von 2,6 Mio. Stück (-18 %) auszugehen (Tabelle 2).<sup>5</sup>

Tabelle 2: Abschätzung der Bestandswirkung unterschiedlicher DT-Preispunkte

Kennziffer	DT zu 29 Euro	DT zu 49 Euro	DT zu 58 Euro
Preisindex (DT zu 49 Euro = 100 %)	172%	100%	82%
Bestand (Mio. Stück pro Monat)	24,2	14,1	11,5
Mittlerer Preis (Euro brutto je DT)*	27,6	45,3	53,6
Absatz-Veränderung (%)	72%	---	-18%
Preis-Veränderung (%)	-39%	---	18%
Preis-Elastizität (ohne Dimension)	-1,84	---	-1,00

\* Unter Einbeziehung der reduzierten Preise für Zielgruppen

<sup>5</sup> Es ist nicht erwartbar, dass sich die preisbedingten Absatzeffekte unmittelbar im Jan./Feb. 2025 nach der Preisanhebung auf 58 Euro zeigen. Aus der aktuellen Studie ergibt sich u.a. eine signifikante Unkenntnis bezüglich des ab 1.1.2025 geltenden neuen Preises von 58 Euro. Es ist davon auszugehen, dass der Bestandrückgang weniger durch Kündigung bestehender DT zustande kommt, sondern primär über einen verminderten System-einstieg bzw. eine geringere Gewinnung von Neukunden für das DT.

Diese Abschätzung deckt sich mit den Studienergebnissen von exeo für den Koordinierungsrat Deutschlandticket (2024) für das Szenario „DT zu 58 Euro“. Bei Absenkung des regulären DT-Preises auf 29 Euro ist ein um 72 % erhöhter DT-Bestand zu erwarten. Anstelle des ohne Preismaßnahme erwartbaren Bestands von 14,1 Mio. DT liegt der Bestand in diesem Szenario bei 24,2 Mio. Stück.

Werden die Befragten nach Höhe der Zahlungsbereitschaften eingruppiert, lassen sich strukturelle Unterschiede erkennen (vgl. Abb. 3). So weist die Zielgruppe der Personen mit Zahlungsbereitschaften von 29 und mehr Euro monatlich gegenüber Personen mit 58+ Euro folgende Besonderheiten auf:

- Höherer Anteil in der Altersklasse 60+ Jahre (30 % vs. 20 %).
- Geringerer Anteil Einwohner von Großstädten (35 % vs. 43 %).
- Höherer Anteil bisherige ÖPNV Selten- oder Nicht-Nutzer (34 % vs. 16 %).
- Höherer Anteil Abo-Neu-Kunden (75 % vs. 57 %).

Auf entsprechende Strukturunterschiede in Abhängigkeit von der Preishöhe des Tickets wurde bereits bei der Schätzung der Absatzzahlen für ein 49-Euro-Ticket auf Basis der Erfahrungen beim 9-Euro-Ticket hingewiesen (Krämer et al., 2022). Gleichzeitig nimmt die Struktur der Ticketnutzer direkt Einfluss auf die Nachfrage- und Verlagerungswirkungen. Deutliche Fahrtenverlagerungen vom Pkw sind vor allem bei DT-Neu-Abo-Kunden zu erwarten (Krämer und Brocchi, 2024; Krämer und Mietzsch, 2025).

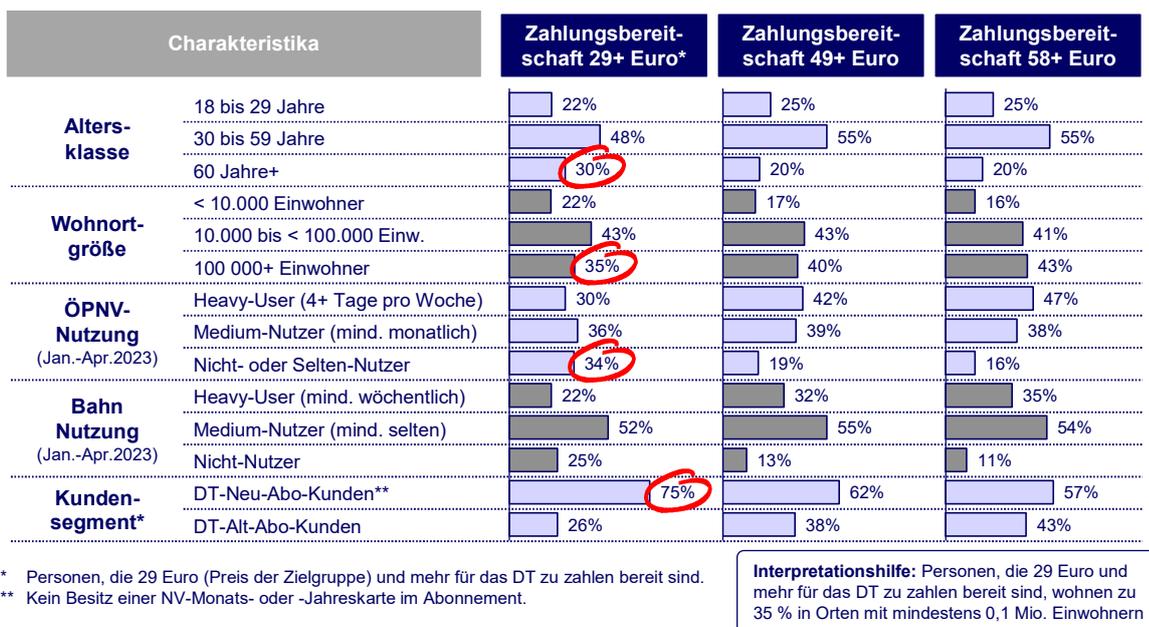


Abb. 3: Strukturunterschiede in den Kundensegmenten bei unterschiedlichen DT-Preispunkten

Zusätzlich ist der Aspekt der sozialen Teilhabe zu berücksichtigen (Rozynek, 2024; Fraunhofer-Institut für Angewandte Informationstechnik FIT, 2024). Bei der Betrachtung des Segments der Sozialhilfe- und Wohngeld-Berechtigten (ca. 10-11 % der Befragten) ergibt sich folgendes Bild: Während im Szenario „DT zu 58 Euro“ etwa 29 % dieser Gruppe über ausreichend hohe Zahlungsbereitschaften für ein DT verfügen (kein bundesweit einheitliches Sozialticket), sind es im Szenario „DT zu 29 Euro“ etwa 75 % (Sozialticket zu 19 Euro). Damit wird erkennbar, dass ein stark preisreduziertes DT die Chance beinhaltet, den Zugang einkommensschwacher Bevölkerungsgruppen zu preiswerter Mobilität deutlich zu erhöhen.

### **3.3. Durchschnittliche Fahrtenintensität und Fahrtenvolumen bei unterschiedlichen Preisszenarios**

Die spezifische Bestandsstruktur führt für die Zielgruppe der Personen, die über Zahlungsbereitschaften von 29+ Euro (mindestens 29 Euro für das reguläre DT, abgeleiteter Preis für Zielgruppen) verfügen, zu einer reduzierten Nutzungsintensität des DT. Dies ergibt sich dadurch, dass bisherige Stammkunden (Nutzer eines ÖPNV-Abos bereits vor der DT-Einführung) das aktuelle DT deutlich intensiver nutzen als Selten- oder Gelegenheitsnutzer (die z.T. erst mit dem DT in das System ÖPNV einsteigen). Simulationsrechnungen lassen erwarten, dass die mittlere Fahrtenanzahl pro Monat ca. 23 betragen wird (u.a. bedingt durch veränderte Anteile von Neu- und Alt-Abo-Kunden mit DT).<sup>6</sup>

### **3.4. Einordnung der Ergebnisse im Kontext der Erfahrungen mit dem 9-Euro-Ticket**

Die Schätzungen zum DT-Bestand bei einem Preis von 29 Euro liegen mit 24,2 Mio. Stück unterhalb der monatlichen Nutzerzahlen, die beispielsweise für den Monat Juni 2022 mit 30 Mio. 9-Euro-Ticket-Besitzern beziffert wurden. Allerdings ist ein 1:1-Vergleich der beiden Angebote nicht möglich. Einerseits befand sich die Mobilität im Frühsommer 2022 noch im starken Aufschwung zum Ende der Corona-Krise (d.h. aktuell wären beim 9-Euro-Ticket höhere Absatzzahlen zu erwarten), andererseits beinhaltet das DT eine Abo-Regelung, die beim 9-Euro-Ticket keine Anwendung fand.

---

<sup>6</sup> Aktuelle mittlere Fahrtenanzahl je Monat, gewichtet mit der Struktur beim Preis von 29 Euro. Hinweis: Der Schätzwert von Ø 23 Fahrten liegt im Bereich der Erfahrungen beim 9-Euro-Ticket. Allerdings ist die Mobilität in 2022 noch gedämpft (Ende der Corona-Pandemie). Beim DT-Preis von 49 Euro wird als Jahresmittelwert eine Nutzungsintensität von Ø 29,4 Fahrten angenommen (Ø 30,8 Fahrten beim DT-Preis von 58 Euro).

## 4. Einnahmewirkung unterschiedlicher Preise des Deutschlandtickets

### 4.1. Einnahmenveränderungen beim Kauf des Deutschlandtickets

Bei verändertem Preis des DT sind unterschiedliche Einnahmewirkungen zu unterscheiden. Zum einen ergeben sich Effekte im DT-Segment (Menge \* Preis), zum anderen sind die Wanderungswirkungen aus dem und in das Restsortiment zu berücksichtigen. Bei einer DT-Preiserhöhung kommt es zu einer Nachfragemigration in Tickets außerhalb des DT. Die Einnahmen steigen in diesem Restsortiment, umgekehrt ist die Wirkung bei einer DT-Preissenkung.

### 4.2. Einnahmenveränderungen im Nahverkehr bei unterschiedlichen Preisszenarios für das Deutschlandticket

Wie Tabelle 3 ausweist, liegt der Ticketumsatz im DT-Segment im Szenario „DT zu 29 Euro“ um ca. 360 Mio. Euro über dem Niveau des Szenarios „DT zu 49 Euro“. Diese zusätzlichen Einnahmen werden allerdings überkompensiert durch die Verringerung der Einnahmen im Restsortiment.

Tabelle 3: Einnahmewirkungen gegenüber dem Referenzfall „DT zu 49 Euro“

Zielgruppe	DT zu 29 Euro	DT zu 49 Euro	DT zu 58 Euro
Ist-Einnahme DT (Mio. Euro p.a.)	8.024	7.668	7.409
Delta Einnahmen DT (Mio. Euro p.a.)	357	0	-258
Delta Rest-Tarif (Mio. Euro p.a.)*	-2.132	0	939
Veränderung total (Mio. Euro p.a.)	-1.775	0	681
* Wanderung in das DT (Preissenkung) bzw. aus dem DT (Preiserhöhung)			

Die ca. 10,1 Mio. neu gewonnenen DT-Kunden geben bisher monatlich ca. 18 Euro für Tickets im NV außerhalb des DT aus. Gegenüber dem Szenario „DT zu 49 Euro“ errechnet sich dadurch ein Einnahmenverlust von ca. 1,8 Mrd. Euro jährlich (ca. 2,5 Mrd. Euro p.a. gegenüber dem Szenario „DT zu 58 Euro“). Trotz des Bestandsrückgangs im Szenario „DT zu 58 Euro“ ist zu erwarten, dass die Preisanhebung beim DT auf 58 Euro zum 1.1.2025 positive Einnahmewirkungen von zusätzlich fast 700 Mio. Euro jährlich für den NV-Sektor mit sich bringt.

Damit wird deutlich, dass ein DT zu einem stark abgesenkten Preis die bestehende Finanzierungslücke im NV, die bereits heute zu viel Diskussionen führt, deutlich erhöht. Die Frage ist, welche positive Effekte dem entgegenstehen.

## 5. Substitution von Pkw-Fahrten durch das Deutschlandticket

### 5.1. Öffentliche Diskussion zur Nachfrageverlagerung

Die Frage, wie stark es mit dem DT gelingt, eine Verkehrsverlagerung herbeizuführen, d.h. einen Nachfrageshift vom Pkw zugunsten des Nahverkehrs zu bewirken, ist in der öffentlichen Diskussion teilweise umstritten, obwohl die Faktenlage relativ eindeutig ist. Verunsicherung entsteht insbesondere durch Aussagen wie „Das Deutschlandticket allein lässt bisher zu wenig Autos stehen“ (hergeleitet wird dies aus der Aussage, dass mit dem Ticket zu wenig Neukunden für den ÖPNV gewonnen werden; vgl. Staude, 2024), oder „Selbst wenn es gelingen sollte, durch das Deutschlandticket Pkws von der Straße zu holen, könnten die freiwerdenden Kapazitäten auf Straßen und Parkplätzen rasch wieder durch neuen Verkehr belegt werden“ (Böttger und Ockenfels, 2023). Ähnlich dazu auch Ingo Wortmann, Präsident des VDV: „Was es noch nicht geleistet hat und vielleicht auch noch nicht leisten konnte, ist, wirklich einen Beitrag dazu zu leisten, mehr Menschen vom Auto auf den ÖPNV zu holen ...“ (Kaiser und Thiele, 2024). Diese Beispiele stellen keine Einzelmeinung dar (Krämer, 2024a). Häufig wird dabei auf die bundesweite Studie des Verband Deutscher Verkehrsunternehmen (VDV) Bezug genommen, die eine Pkw-Fahrtenverlagerung von 5 % der Fahrten mit dem DT ausweist (Mai-Juli 2023) – auch zitiert durch den Wissenschaftlichen Dienst des Bundestags (2023). Zur Einordnung: Selbst dieser Wert von 5 % wurde von Mobilitätsexperten vor Marktstart als maximal erwartbar, also überaus optimistisch, angesehen (DPA, 2023).

### 5.2. Studiensynopse: Beeinflussung der Verkehrsmittelwahl beim Deutschlandticket

Andere Studien mit bundesweiter oder überregionaler Perspektive bestätigen eine primäre Fahrtenverlagerung vom Pkw (eine Übersicht dazu findet sich in Tabelle 4), allerdings nicht alle. Auf die Inkonsistenzen der beiden zeitgleich präsentierten VDV-Studien soll an dieser Stelle nur hingewiesen werden, ohne diese im Detail zu beleuchten. Es zeigen sich ähnliche Probleme und Missverständnisse wie beim 9-Euro-Ticket:

- Beim 9-Euro-Ticket berichtete die VDV-Studie in der ersten Hälfte der Geltungsperiode, fast 30 % der Fahrten mit dem Ticket sollten induziert und nur 3 % vom Pkw verlagert worden sein. Später wurde das Erhebungsdesign während der laufenden Studie geändert, mit der Folge, dass der induzierte Verkehr durch das Ticket geringer ausfiel. Die Probleme mit dem Fragedesign wurde allerdings nicht komplett behoben, so dass bei den Ergebnissen zum DT der induzierte Verkehr ebenfalls überschätzt wird.

Tabelle 4: Forschungsergebnisse zu Fahrtenverlagerungen beim Deutschlandticket (DT) vom Pkw zum Nahverkehr

Studie	Besonderheiten	Ergebnisse zur Fahrtenverlagerung	Quelle
RC / Forsa; Befragung, internetnutzende deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren; 83.381 Interviews im Mai-Dez. 2023	VDV-Kernstudie zur Evaluierung des Deutschlandtickets; Studiendesign ähnlich zum 9-Euro-Ticket	Bis zu 13 % aller Fahrten mit dem DT sind induziert, 12 % aus anderen Verkehrsmitteln verlagert (Mehrverkehrsquote: 25 %). Die meisten verlagerten Fahrten sind Pkw-Fahrten (7,1 % Auto oder Motorrad, inkl. Sharing-Modelle; für die ersten Monate wurden 5 % berichtet) <sup>7</sup>	VDV und Deutsche Bahn (2024d)
GfK; Passive Wege-messung per Smart-phone; Vergleich Wege Jan.-Apr. 2023 und Mai-Dez. 2023	VDV-Parallelstudie zur bundesweit ausgerichteten Befragung	Nach Einführung des DT steigt bei DT-Nutzern der Anteil der ÖPNV-Fahrten um 9 %-Punkte, der Pkw-Modalanteil sinkt um 12 %- Punkte (S. 40). Werden die Wirkungen in der Kontrollgruppe mit betrachtet: + 7 %-Punkte beim ÖPNV; -5 %-Punkte beim Pkw	VDV und Deutsche Bahn (2024b)
Fraunhofer Institut für System- und Innovationsforschung, ISI, Studie MobilKULT	Repräsentativer Forschungsansatz; Panelerhebung; > 2.000 Befragte in 5 Messwellen; Bundesländer BW und MV	Um 9 %-Punkte erhöhter ÖPNV-Fahrtenanteil, gleichzeitig ein um 5 %-Punkte reduzierter Fahrtenanteil Pkw (Verbrennerauto, e-Auto, Carsharing); Keine Zunahme der Gesamtmobilität	Helferich et al. (2024)
Infas / MOBICOR (Jan. 24)	Befragung (CATI), Nutzer Linienbus / Bahn mit dem DT in den letzten zwei Tagen	Nachfrageverlagerung vom Auto bei 15 % (Bus) bzw. 4 % (Bahn) der Fahrten des DT; ca. 2-7 % induzierter Verkehr <sup>8</sup>	Follmer und Knie (2024)
Fraunhofer-Institut für Materialfluss und Logistik IML	Befragung (Online), 3.735 Teilnehmende (Online Panel), Aug. 2023	46 % der Befragten geben an, den ÖPNV häufiger zu nutzen, seit sie das DT besitzen	Motzer et al. (2024)
O2 Telefónica; Modellierung von Mobilfunkdaten (Vergleich Jun. 2023 zu Jun. 2019)	Beobachtungsdaten; Erfasst werden Fahrten ab 30 km; keine Stichprobe, sondern Vollerhebung	Seit Einführung des DT erhöhte Zahl der werktäglichen Pendlerfahrten mit dem Zug (+28 %), während die Zahl der längeren Pendlerfahrten mit dem Auto sinkt (-12 %)	O2 Telefónica (2023)
Ariadne-Projekt	Beobachtungsdaten; Erfasst werden Fahrten ab 30 km; zusätzlich betrachtet INRIX-Daten	Anzahl der Zugfahrten durch das DT deutlich um 30,4 % erhöht; Reduzierte Nutzung des Autos (7,6 % weniger gefahrene Autokilometer)	MCC Berlin (2024)

<sup>7</sup> In einem aktualisierten Bericht für das 1. Quartal 2024 wird eine Fahrtenverlagerung vom Pkw von knapp 8 % berichtet. Der Primäreffekt ist aber weiterhin ein induzierter Verkehr von 13 % der Fahrten mit dem DT (VDV und Deutsche Bahn, 2024c).

<sup>8</sup> Die Autoren kommen nach Vorlage der Ergebnisse zum Schluss: „Zusammengenommen zeigt sich, dass das Ticket bisher kaum einen Entlastungseffekt verzeichnen kann. Es wird auf wenige Autofahrten verzichtet ...“

- Eine in 2024 veröffentlichte Studie weist aus, das 9-Euro-Ticket habe zu 430.000 Fahrten zusätzlich pro Tag mit dem Zug geführt (Liebensteiner et al., 2024). Der erhoffte Klimaschutzeffekt sei allerdings ausgeblieben, weil der Autoverkehr um lediglich vier bis fünf Prozent zurückgegangen sei.<sup>9</sup> Zu diesem Ergebnis gelangt man allerdings nicht, wenn der Blick auf die Gesamtmobilität gerichtet wird. Wenn die Verlagerungseffekte durch das DT auf längeren Strecken besonders stark sind und die Mobilitätsdaten (Mobilfunk) gleichzeitig kein erhöhtes Gesamtniveau erkennen lassen (MCC 2024; Krämer 2024a), dann muss der Zuwachs an Nachfrage auf der Schiene in etwa dem Verlust an Pkw-Mobilität entsprechen.

Wünschenswert wäre, für eine Evaluierung stärker auf vernetzte Analysen zu setzen, die es erlauben, Inkonsistenzen in den bestehenden Daten zu beheben, die auch zu Fehlinterpretationen und Missverständnissen führen können. Beispielsweise berichtet die Studie des VDV für 2023 beim DT einen Anteil an induzierten Fahrten von 13 % und eine Fahrtenverlagerung von 7 % (Verhältnis ca. 2 zu 1; vgl. VDV und Deutsche Bahn, 2024a), während gleichzeitig die Studie OpinionTRAIN auf ein diametrales Verhältnis kommt (1 zu 3-4), ähnlich zu den Ergebnissen im Hamburger Verkehrsverbund (vgl. Korbitt und Krämer, 2024). Erste Ergebnisse zum Klimaticket Österreich weisen einen 5 %-Anteil an induzierten Fahrten aus (infas, 2023a), dem eine Nachfrageverlagerung (primär vom Pkw) in Höhe von 15-20 % der Fahrten gegenübersteht (Verhältnis 1 zu 3-4).

### 5.3. Fahrtenverlagerung bei vergleichbarem Studiendesign zum Deutschlandticket

Bei der Fahrtenverlagerung ist grundsätzlich zu unterscheiden, ob Fahrten mit dem DT ohnehin mit Bussen und Bahnen unternommen worden wären, oder ob diese hinzugewonnen wurden. Dieser Zusatz- oder Mehrverkehr lässt sich wiederum auf induzierten Verkehr und Fahrtenverlagerungen aufteilen, wobei insbesondere die Verlagerung von Pkw-Fahrten positive Klimaeffekte verspricht. Der eigenen Studie (Dez. 2024) zufolge handelt es sich bei 79 % aller Fahrten mit dem DT um bestehende Mobilität im Nahverkehr, 21 % der Fahrten sind Mehrverkehr, wobei das Verhältnis zwischen induziertem Verkehr und Fahrtenverlagerung etwa 1:3,3 ist. Die

---

<sup>9</sup> Außer Acht gelassen wird, dass der Modalanteil des Pkw auf Strecken von 30 und mehr km etwas 6 mal höher ist als der Bahn-Modalanteil. Ein 5%iger Fahrtenverlust beim Pkw entspricht absolut einem 30%igen Fahrtenzuwachs auf der Schiene (Bahnregional- und Bahnfernverkehr; vgl. Krämer 2024a). Die Studie von Klotz et al. (2024) basierend auf der Nutzung von Verkehrsdaten aus Deutschland und Österreich (als Vergleichspunkt) bestätigt ebenfalls: „... low-cost public transport initiatives like the 9-Euro-Ticket can effectively stimulate modal shift from private cars to public transport, very likely contributing to reduced traffic congestion and environmental benefits through decreased fuel consumption and emission.“

für Dez. 2024 gemessenen Werte für die Pkw-Verlagerung liegen mit ca. 13 % der DT-Fahrten leicht höher als in den Vormessungen (Tabelle 5).

*Tabelle 5: Ergebnisse zu den Verlagerungseffekten beim Deutschlandticket mit exo-Erhebungsdesign\* (% der Fahrten mit dem Deutschlandticket)*

Referenzmonat (DT-Nutzungsmonat)	Fahrtenkannibalisierung	Induzierter Verkehr	Verlagerte Fahrten (alle Verkehre)	Verlagerte Fahrten vom Pkw
Sep. 2023 (11,0 Mio. DT)	85 % (3.445 Mio.)	3 % (122 Mio.)	12 % (486 Mio.)	10,7 % (434 Mio.)
Jul. 2024 (13,7 Mio. DT)	79 % (3.701 Mio.)	3 % (141 Mio.)	18 % (843 Mio.)	11,4 % (534 Mio.)
Dez. 2024 (14,1 Mio. DT)	79 % (3.840 Mio.)	5 % (226 Mio.)	16 % (723 Mio.)	13,1 % (592 Mio.)
* Nutzung eines einheitlichen Erhebungsdesigns (randomisiertes Reporting einer konkreten Fahrt mit dem DT im Referenzmonat; mehrstufige Validierung; Hochrechnung auf die DT-Fahrten im Monat); in () absolute Werte für Fahrten pro Jahr				

Substituiert werden primär Autofahrten, während es keine schlüssigen Indikatoren für einen erheblichen induzierten Verkehr durch das DT gibt; ähnlich dazu Korbitt und Krämer (2024) oder die Ergebnisse zum Klimaticket Österreich (infas, 2023a).<sup>10</sup> Wichtig für die weitere Abschätzung ist, dass in Hinblick auf die Verlagerungswirkungen relativ robuste Unterschiede nach Kundensegmenten oder Mobilitätsclustern bestehen. Die Generierung von zusätzlichem Verkehr und die Fahrtenverlagerung ist auf kürzeren Strecken, die eher den Wohnort betreffen, eher geringer und auf längeren Strecken eher größer. Im Kundensegment der Alt-Abo-Kunden (Personen, die bereits vor Einführung des DT über ein ÖPNV-Abo verfügt haben) sind diese Effekte geringer, während der überwiegende Teil der Verlagerungseffekte die Neu-Abo-Kunden betrifft (Krämer und Mietzsch, 2025; Krämer, 2024a; Korbitt und Krämer, 2024). Die Fokussierung auf den relativ niedrigen Anteil von „Systemeinsteigern“, wiederum gleichgesetzt mit einem geringen Verlagerungseffekt (Eisenkopf, 2024), führt dazu, dass von einem hohen induzierten Verkehr und geringen Verlagerungseffekten ausgegangen wird.<sup>11</sup>

<sup>10</sup> Insgesamt zeigen die Ergebnisse bezüglich der Nachfrageeffekte eine breite Range (VDV und Deutsche Bahn, 2024a; Krämer, 2024a), die primäre Verlagerungswirkung vom Pkw wird aber durch Tracking- oder Panelstudien bestätigt (VDV und Deutsche Bahn, 2024b; Helferich et al., 2024); zu den methodischen Problemen bei der Messung und Kalibrierung siehe Krämer (2024a).

<sup>11</sup> Eisenkopf (2024) sieht das Deutschlandticket klimapolitisch als „Nullnummer“ und begründet dies wie folgt: „Lediglich 5,8 % der Abonnenten waren im Jahresdurchschnitt Systemeinsteiger (ÖPNV-Neukunden), der Rest entfällt auf Abo- und Zeitkarteninhaber oder Bartarif-Umsteiger. Zwar nutzen auch diese den ÖPNV häufiger als vorher, dies hat aber nur geringe Wirkungen auf die CO<sub>2</sub>-Emissionsbilanz, da es sich vor allem um Mitnahmeeffekte handelt.“ Richtig ist, dass im Segment der Alt-Abo-Kunden (bisherige Nutzer eines Abos im Nahverkehr) die Verlagerungseffekte begrenzt sind. Bei Selten- und Nicht-Nutzern (also insbesondere Nutzern von Tageskarten oder Einzelfahrscheinen) ergeben sich jedoch deutliche Verlagerungswirkungen.

Bei einem reduzierten Preis des DT von 29 Euro ändert sich der Nutzeranteil zugunsten der Neu-Abo-Kunden im Bestand (vgl. Abb. 1). Da diese über einen deutlich höheren Anteil von substituierten Pkw-Fahrten verfügen, ist im Mittel dann zu erwarten, dass 19 % der Fahrten mit dem DT vom Pkw verlagerte Fahrten darstellen (ca. 1,26 Mrd. p.a.).<sup>12</sup>

#### 5.4. Pkw-Fahrtenverlagerung und Verringerungen der Klimakosten bei unterschiedlichen Bestandsniveaus des Deutschlandtickets

Über die Abschätzung der substituierten Verkehrsleistung des Pkw und weiterer Parameter (Ø 28,3 km Entfernung) sind die Reduzierungen an Klimagasen durch das DT pro Jahr bestimmbar. Laut Umweltbundesamt (2024) betragen die Klimakosten jede Tonne CO<sub>2</sub>e ca. 880 Euro.<sup>13</sup> Tabelle 6 weist die Größenordnung der Nachfrageverlagerung vom Pkw durch das DT und die mögliche Vermeidung der Klimakosten bei unterschiedlichen Preisszenarios aus.

*Tabelle 6: Ergebnisse zu den Nachfrage-Verlagerungseffekten beim Deutschlandticket sowie den CO<sub>2</sub>-Einsparungen und der damit verbundenen Vermeidung von Klimakosten*

	Mio. Fahrten mit dem DT p.a.	Anteil der DT-Fahrten mit Pkw-Substitution (%)	Ersetzter Pkw-Verkehr (Mio. Pkm p.a.)*	Reduzierte CO <sub>2</sub> -Emissionen (Mio. t CO <sub>2</sub> e)**	Vermiedene Klimakosten (Mio. Euro p.a.)***
29 Euro	6.603	19,0%	35.579	6,52	5.740
49 Euro	4.968	12,3%	17.251	3,16	2.783
58 Euro	4.258	11,8%	14.183	2,60	2.288

\* Entfernung: Ø 28,3 km einfache Strecke \*\* 0,183 kg CO<sub>2</sub>e/Pkm \*\*\* 880 Euro/t CO<sub>2</sub>e (UBA 2024)

Beim Preis von 29 Euro wird die 2,5 fache Pkw-Verkehrsleistung im Vergleich zum Szenario beim aktuellen Preis von 58 Euro verlagert. So ist es möglich, beim Preis von 29 Euro eine Verringerung der Emissionen in Höhe von etwa 6,5 Mio. t CO<sub>2</sub>e zu erreichen (ggü. 3,2 Mio. t bei 49 Euro und 2,6 Mio. t bei 58 Euro).<sup>14</sup> Die Verringerung bzw. Vermeidung der Klimakosten erreicht im Szenario „DT zu 29 Euro“ einen Wert von ca. 5,7 Mrd. Euro jährlich, d.h. ca. 3,4 Mrd. mehr als beim „DT-Preis zu 58 Euro“. Die Einnahmenverluste auf der Ticket-Seite (Kap. 0) werden also bereits durch die Reduzierung der Klimakosten des Autoverkehrs neutralisiert. Hinzu kommen weitere externe Kosten des Autoverkehrs (u.a. durch Luftschadstoffe, Unfälle, Stau, Platzverbrauch), die dank der Verlagerungswirkung des Deutschlandtickets vermieden

<sup>12</sup> Alt-Abo-Kunden (28 % Anteil im Bestand) mit 4,3 % Pkw-Fahrtenverlagerung und Neu-Abo-Kunden (72 % Anteil im Bestand) mit 22,7 % Pkw-Fahrtenverlagerung; Der resultierende Wert von 18 % wurde zusätzlich um 1%-Punkt für den erhöhten Anteil von Selten- und Nichtnutzern ÖPNV angehoben.

<sup>13</sup> Werte in Euro (2024) – 0 % reine Zeitpräferenzrate (Gleichgewichtung der Wohlfahrt der Generationen).

<sup>14</sup> Es wird davon ausgegangen, dass der Nachfragezuwachs im NV nicht mit zusätzlichen CO<sub>2</sub>e-Emissionen einhergeht.

werden und dessen gesamtwirtschaftliche Bilanz weiter verbessern. Je nach Betrachtungsweise betragen die externen Kosten zwischen 10 und 23 Cent pro gefahrenem Personen-Kilometer (Krämer, 2024c; Schröder et al., 2023; Gössling et al., 2022). In einer volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung ergeben sich zudem weitere Nutzelemente (allem voran die Entlastung der Verbraucher), so dass wohlfahrtsökonomisch von einem deutlichen Nettogewinn auszugehen ist (Krämer und Mietzsch, 2024; Krämer, 2024c).<sup>15</sup>

## **5.5. Mittelfristige Veränderung der Fahrtenverlagerung bei einem zeitlich und preislich konstanten Deutschlandticket**

Ein echter Schritt in Richtung Verkehrswende erscheint bisher noch nicht erfolgt zu sein, wird der Blick auf die Pkw-Bestandszahlen im Zeitverlauf gerichtet. In der Dekade von 2014 bis 2024 sind die Pkw-Zulassungszahlen von 43,9 Mio. auf 49,0 Mio., also um gut 5 Mio. Stück (+11 %) angestiegen. Gleichzeitig ging die Kilometerleistung je Pkw in den letzten Jahren tendenziell zurück. Trotzdem: Fast jeder vierte Befragte aus einer Großstadt (100.000+ Einwohner) gibt für die Monate Jan.-Apr. 2023 (vor Einführung des DT) an, das Auto täglich zu nutzen. Wenn das DT längerfristig angeboten werden sollte, erscheint es realistisch, dass das Ticket auch einen dämpfenden Effekt auf den Pkw-Bestand in Deutschland hat. Auf die Frage „Wenn es das Deutschlandticket länger gibt: Führt das dazu, dass Sie auf ein Auto verzichten werden und dieses abgeben?“ antworten im Dez. 2024 etwa 8 % der Pkw-Besitzer mit gleichzeitigem DT-Besitz mit „sehr sicher“, etwa 1 % der DT-Besitzer geben an, bereits aufgrund des DT das eigene Auto abgegeben zu haben bzw. darauf zu verzichten (hochgerechnet ca. 1,4 Mio. Pkw).

## **6. Kostenloses Deutschlandticket für Schüler**

### **6.1. Sicht der Bevölkerung auf ein kostenloses Deutschlandticket für Schüler**

Die Deutsche Verkehrswacht (2024) greift das Thema „Elterntaxi“ auf und nimmt Bezug auf eine Studie des ADAC, der zufolge fast zwei Drittel der Grundschulen ein deutliches Problem mit „Elterntaxis“ haben, die verbotswidrig vor der Schule halten und andere Kinder behindern und gefährden. Die klare Aufforderung: „Wir raten dringend davon ab, Kinder mit dem Auto in die Schule zu fahren!“ Dieses Thema hat einen unmittelbaren Bezug zum DT. Das Bundesland Hamburg hat zum Sep. 2024 für rund 210.000 Schülerinnen und Schüler ein kostenloses DT eingeführt, wobei damit gerechnet wird, dass etwa 80 % der Berechtigten das Angebot nutzen werden (N.N., 2024). Im Rahmen der eigenen Studie wurde im Dez. 2024 die Sicht der

---

<sup>15</sup> Der größte Nutzenaspekt des DT ist allerdings die Konsumentenrente. Diese kann bei einem Bestand von 24,2 Mio. Deutschlandtickets (Jahresmittel) einen Betrag von mehr als 7 Mrd. Euro p.a. betragen.

deutschen Bevölkerung zu diesem Thema erfasst. Dabei geben etwa 75 % der Befragten an, dass sie das kostenlose DT für Schülerinnen und Schüler für eine gute Idee halten, 9 % der Befragten sind gegenteiliger Meinung. Diese positive Bewertung ist über unterschiedliche Subgruppen sehr robust (Abb. 4).

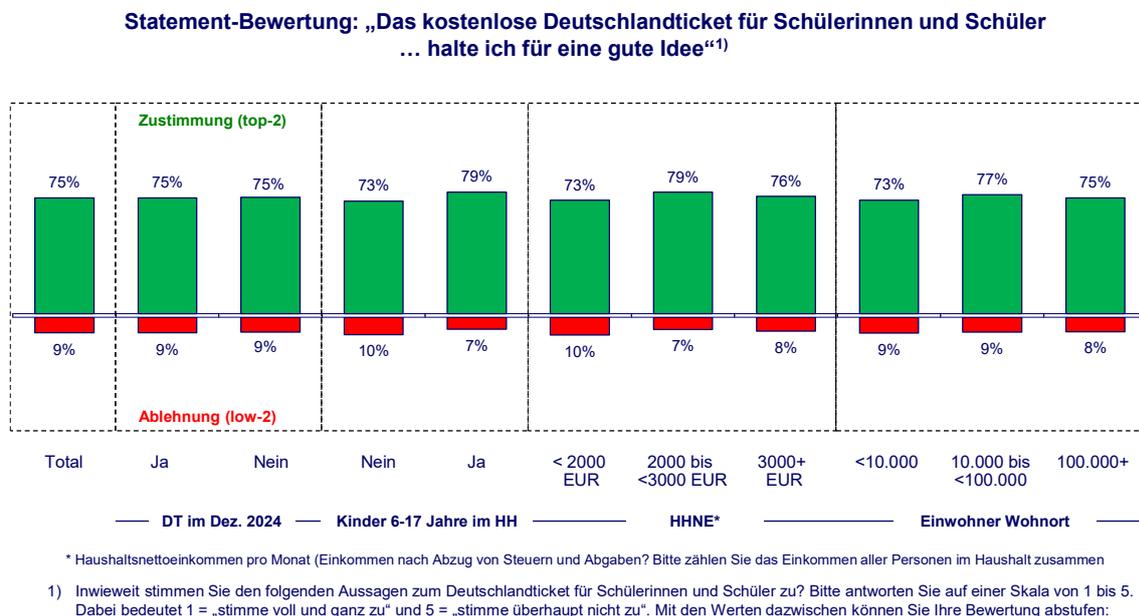


Abb. 4: Bewertung eines kostenlosen Deutschlandtickets für Schüler aus Sicht der Bevölkerung

## 6.2. Einnahmewirkungen eines kostenlosen Deutschlandtickets für Schüler

Von den ca. 11 Mio. Schülern (inkl. Berufsschulen) in Deutschland verfügen schätzungsweise ca. 1,1 Mio. über ein DT (Annahme monatliche Ausgaben ca. 20 Euro), etwa 3,0 Mio. nutzen Schülerzeitkarten oder andere Zeitkarten (Annahme monatliche Ausgaben ca. 20 Euro), weitere ca. 2,8 Mio. Schüler nutzen den Bartarif (Annahme monatliche Ausgaben ca. 10 Euro). Dies impliziert bei Einführung eines kostenlosen DT für Schüler unmittelbare Einnahmeverluste für die NV-Branche von ca. 1,3 Mrd. Euro gegenüber dem Szenario „DT-Preis zu 49 Euro“. Davon lässt sich ein Teil durch Mehrverkäufe von DT an die Eltern kompensieren (ca. 300 Mio. Euro).<sup>16</sup> Saldiert besteht ein zusätzlicher Finanzierungsbedarf für den NV von ca. 1,0 Mrd. Euro p.a. In diesem Szenario ist ein Bestandszuwachs von etwa 9,9 Mio. DT möglich (9,0 Mio. DT Schüler und 0,9 Mio. DT Kauf durch die Eltern).

<sup>16</sup> Dieses Absatzpotenzial wurde über das Statement „Das kostenlose Deutschlandticket für Schülerinnen und Schüler ist für die Eltern ein Grund, das Deutschlandticket zu kaufen“ abgeschätzt. Etwa 67 % stimmen der Aussage zu. Die abgeschätzten Kaufquoten wurden deutlich niedriger angesetzt. Angenommen wird, dass ca. 0,9 Mio. zusätzliche DT durch Eltern gekauft werden (zusätzliche Ausgaben pro Monat von 26,6 Euro).

Eine weitere Möglichkeit, Kinder in das „System Deutschlandticket“ einzubeziehen, stellt die kostenlose Mitnahme von Familienkindern bis 14 Jahre dar. In diesem Fall wird die Einnahmenminderung für den NV deutlich geringer sein. Grund dafür ist, dass in vielen Fällen mitreisende Kinder bereits über eine bestehende Zeitkarte verfügen oder im Bahnregionalverkehr kostenlos mitreisen (sofern ein Elternteil über ein entsprechendes Ticket verfügt).

## **7. Fazit und Ausblick: Das Deutschlandticket im Kontext der Bundestagswahl im Feb. 2025**

Wie die bisherigen Analysen verdeutlichen, bedarf es einer DT-Preissenkung, um die positiven Wirkungen, die beim DT-Preis von 49 Euro in Hinblick auf Verkehrs- und Klimawende zu beobachten waren, deutlich auszudehnen. Bei einem DT-Preis von 29 Euro sind mittelfristig CO<sub>2</sub>-Einsparungen von jährlich etwa 6,5 Mio. t. möglich. Um die gesetzlichen Klimaziele zu erreichen, sind darüber hinaus noch weitere Maßnahmen im Verkehrssektor nötig (FÖS, 2023).

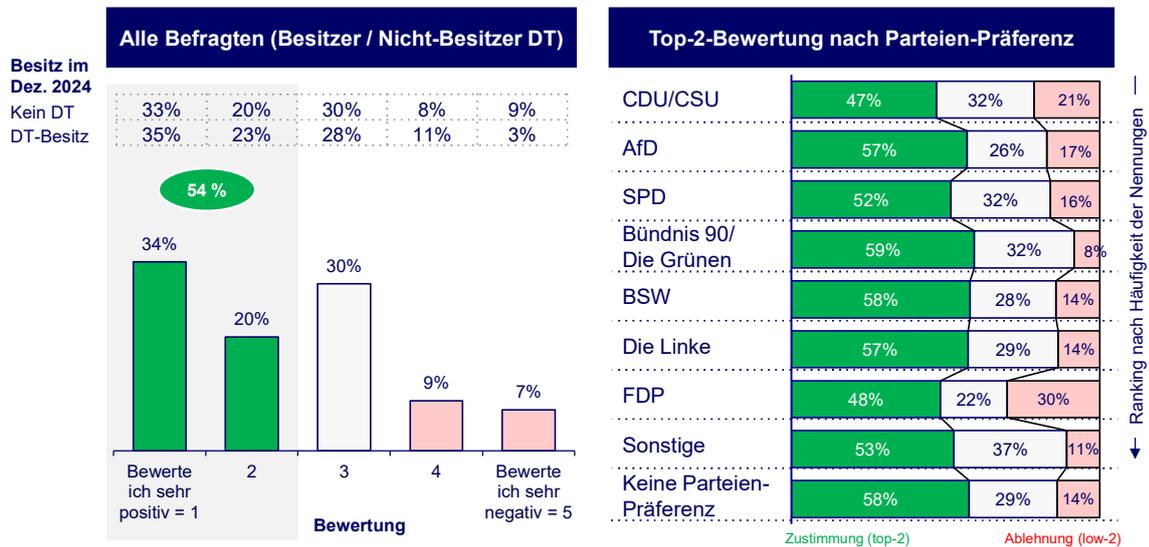
Die positiven Wirkungen eines stark abgesenkten DT-Preises bringen allerdings auch Risiken mit sich. Bei starken Nachfragezuwächsen steigt das Risiko von punktuellen Überlastungen des Nahverkehrssystems. Dieser Aspekt wurde bereits beim 49-Euro-Ticket angeführt (Walliman et al., 2024), wobei bisher nicht wirklich von einem größeren Peak-Problem oder sprungfixen Kapazitätskosten durch das DT auszugehen ist.

Die Preissenkung beim DT auf 29 Euro erfordert eine finanzielle Absicherung der Nahverkehrsbranche und tangiert damit eine politische und gesellschaftlich Frage, und zwar, was die Bevölkerung in Hinblick auf das DT und der damit erreichbaren Effekte erwartet. In der bundesweiten Erhebung Ende Dez. 2024 bewerten 71 % der Befragten das DT grundsätzlich als eine gute Sache. Hier zeigt sich eine Unterstützung über alle Parteien hinweg. Dies liegt nicht nur darin begründet, dass die Nutzer des Tickets (bzw. Personen, die das DT in 2025 kaufen möchten) breit über die politischen Parteien verteilt sind. Gut jeder zweite Befragte befürwortet eine deutliche Preissenkung beim DT (16 % Ablehnung, vgl. Abb. 5).

Parteipolitisch wird das DT unterschiedlich in den aktuellen Parteiprogrammen zur Bundestagswahl 2025 behandelt. Busjaeger (2024) erkennt Unterschiede, die von einem klaren Bekenntnis zur einem DT (SPD: „Wir wollen das Deutschlandticket dauerhaft anbieten“) bis zu einem Ausbau des ÖPNV reichen (Rolle des DT dabei unklar; CDU-CSU). Die Vision eines im Preis deutlich gesenkten DT wird allerdings nicht aufgegriffen. Bündnis90 / Die Grünen proklamieren: „Das Deutschlandticket soll weiter 49 Euro kosten.“

Erkennbar ist, dass ein relativer klarer Konsens unter den deutschen Wählern nicht nur allgemein zum DT besteht, sondern darüber hinaus auch die Erwartungshaltung, von Seiten der politischen Entscheidungsträger und in der politischen Willensbildung auch ein preisgünstiges DT anzubieten.

**Bewertung: „Der Preis des Deutschlandtickets sollte insgesamt deutlich gesenkt werden“  
(% der Befragten)<sup>1)</sup>**



1) Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zum Deutschlandticket zu? Bitte antworten Sie auf einer Skala von 1 bis 5. Dabei bedeutet 1 = „stimme voll und ganz zu“ und 5 = „stimme überhaupt nicht zu“. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Bewertung abstufen. Und: Welcher der folgenden Parteien stehen Sie aktuell am nächsten?

Abb. 5: Akzeptanz für eine Absenkung des DT-Preises nach Parteienpräferenz

## 8. Literatur und Quellen

Böttger C., Ockenfels, A. (2023) Warum das Deutschlandticket dem Klima nicht hilft. Handelsblatt v. 06.10.2023, <https://www.handelsblatt.com/meinung/gastbeitraege/gastkommentar-warum-das-deutschlandticket-dem-klima-nicht-hilft/29406974.html>. (Abruf: 19.12.2024).

Busjaeger, F. (2024). Verlässlicher ÖPNV oder abgehangenes Dorf? Das planen die Parteien im Wahlprogramm zum Deutschlandticket. Frankfurter Rundschau v. 18.12.2024, <https://www.fr.de/politik/deutschlandticket-wahlprogramm-bundestagswahl-vergleich-spd-gruene-cdu-csu-afd-zr-93474176.html>. (Abruf: 9.1.2025)

Deutsche Verkehrswacht (2024). Elterntaxi. <https://www.verkehrswacht-medien-service.de/grundschule/mein-schulweg-kl-1/schulweg/elterntaxi/>. (Abruf: 8.1.2025).

Deutscher Bundestag (2023). Sachstand Deutschlandticket. WD 5 - 3000 – 089/23, v. 18.10.2023.

DPA (2023). Was bringt das Deutschlandticket dem Klima? Die Zeit online v. 28.04.2023. <https://www.zeit.de/news/2023-04/28/was-bringt-das-deutschlandticket-dem-klima>. (Abruf: 13.05.2024).

Eisenkopf, A. (2024). Deutschlandticket – Top oder Flop? Wirtschaftliche Freiheit v. 19. Mai 2024, <https://wirtschaftlichefreiheit.de/wordpress/?p=36880>. (Abruf: 20.12.2024).

exo (2023). Robustheit und Validität von Preis-Absatz-Funktionen auf Basis des Ansatzes PSM-Plus - Marktforschungsstudie mit dem speziellen Fokus „Deutschlandticket“ <https://exo->

- consulting.com/pdf/exeo\_Deutschlandticket%20Methodenstudie%20PSM%20Plus\_2024.pdf.
- Follmer, R., Knie, A. (2024). Mobilitätsreport No. 9, Mit Homeoffice und Deutschlandticket in die Mobilitätszukunft? Ergebnisse aus Beobachtungen per repräsentativer Befragung, April 2024, Bonn.
- FÖS (2023). Drei Maßnahmen für das Klimaziel 2030 im Verkehr. Forum Ökologisch-Soziale Marktwirtschaft, POLICY BRIEF (10/2023), Berlin.
- Fraunhofer-Institut für Angewandte Informationstechnik FIT (2024). Verteilungswirkungen einer Verkehrswende Analyse von Verteilungswirkungen umweltpolitischer Instrumente im Verkehrssektor und ein Gesamtkonzept für eine ökologische und inklusive Verkehrswende, Bundesumweltamt, TEXTE 134/2024, Dessau.
- Gössling, S., Kees, J., Litman, T. (2022). The lifetime cost of driving a car. *Ecological Economics*, 194, 107335.
- Helferich, M., Tröger, J., Dütschke, E. (2024). Deutschlandticket – Impulsgeber für nachhaltige Mobilität? *Internationales Verkehrswesen* (2), 30-36.
- infas (2023a). KlimaTicket-Report 2022: Methode und Ergebnisse der wissenschaftlichen Begleitforschung und Nachfrageerhebung zum KlimaTicket Österreich, Wien, Dez. 2023.
- infas (2023b). MOBILITÄTSREPORT 07, Alles wie vorher? Die Verkehrswende zwischen 9-Euro-Ticket und alten Herausforderungen. Bonn.
- Kaiser J., Thiele, P. (2024). Fragen und Antworten zum 49-Euro-Ticket: Deutschlandticket: Teurer Flop oder Erfolg? SWR aktuell v. 1.5.2024, <https://www.swr.de/swraktuell/faq-deutschlandticket-49-euro-bilanz-flop-erfolg-kritik-zukunft-preis-100.html>. (Abruf: 28.5.2024).
- KCW (2024). Deutschlandticket mit Zukunft - Praktikable Prozesse und Regelungen für ein langfristig etabliertes Deutschlandticket. Gutachten im Auftrag der VRR AöR und anderer Verkehrsbünde.
- Klotz, P. A., Daniel, T., Gail, M. M. (2024). The Impact of Public Transport Subsidies on Highway Traffic: Evidence from Germany. Beiträge zur Jahrestagung des Vereins für Socialpolitik 2024, Kiel.
- Knie, A. (2024). Der kurze Sommer der Euphorie: Deutschland-Ticket kostet jetzt 58 Euro, bald dann wohl 70. Der Freitag v. 25.09.2024, <https://www.freitag.de/autoren/andreas-knie/deutschlandticket-soll-58-euro-kosten-eine-verspielte-chance>. (Abruf: 13.12.2024).
- Koordinierungsrat Deutschlandticket (2024) Prognose und Preisszenarien Deutschlandticket. Hamburg.14.10.2024, [https://infoportal.mobil.nrw/fileadmin/02\\_Wiki\\_Seite/01\\_Organisation\\_Finanzierung/17\\_Deutschlandticket/Prognose\\_und\\_Preisszenarien\\_Deutschlandticket.pdf](https://infoportal.mobil.nrw/fileadmin/02_Wiki_Seite/01_Organisation_Finanzierung/17_Deutschlandticket/Prognose_und_Preisszenarien_Deutschlandticket.pdf). (Abruf: 31.10.2024).
- Korbitt, A., Krämer, A. (2024). Ein Jahr Deutschlandticket im hvv: Nachfrage-, Kundenbindungs- und Verkehrsmittel-Verlagerungseffekte. *Der Nahverkehr*, 42 (7/8), 6-10.
- Krämer, A., Dethlefsen, H., Baigger, J. (2017). Der PSM-Ansatz neu überdacht - Der Schritt von der Preispunktanalyse zur Zahlungsbereitschaft. *Planung&Analyse*, 45 (6), 54–56.
- Krämer, A. (2024a). New Mobility – vom 9-Euro-Ticket zur Verkehrswende? Umsetzung, Wirkungen und Herausforderungen für den ÖPNV in Deutschland. Springer Gabler, Wiesbaden.
- Krämer, A. (2024b). „PSM-Plus“: Eine neue Methode zur Messung von Zahlungsbereitschaften. Forschungsbericht des Value Research Institute (VARI) Nr. 7, Bonn, 22.11.2024. DOI: 10.13140/RG.2.2.20744.43525.
- Krämer, A. (2024c). Das Deutschlandticket in einer wohlfahrtsökonomischen Betrachtung. *Internationales Verkehrswesen*, 76 (3), 38-43.
- Krämer, A., Brocchi, D. (2024). Die Wirkung des Deutschlandtickets in Städten. *Transforming Cities* 10 (4), 26-33.
- Krämer, A., Korbitt, A. (2023). Das Deutschlandticket aus Sicht des hvv und in der bundesweiten

Betrachtung. Internationales Verkehrswesen. 75 (4), 10-14.

- Krämer, A., Mietzsch, O. (2024). Zukunft Deutschlandticket: Wohlfahrtsökonomische Betrachtung, Verkehrswende und Finanzierungsmöglichkeiten. Wirtschaftsdienst, 104 (9), 636-643.
- Krämer, A., Mietzsch, O. (2025). The Future of the German-wide Public Transit flatrate ticket: Welfare Economic Consideration, Transport Transition and Financing Options. Paper submitted for presentation at the 104th Annual Meeting Transportation Research Board, Washington D.C., January 2025.
- Krämer, A., Wilger, G. Bongaerts (2023). Wirkungsmechanismus Deutschlandticket – Narrative, die definitiv nicht zutreffen und den Erfolg des Tickets verschleiern. Forschungsbericht des Value Research Institute (VARI) Nr. 4, Bonn, 1.12.2023.
- Krämer, A., Wilger, G., Bongaerts, R. (2022). Das 9-Euro-Ticket – Erfahrungen, Wirkungsmechanismen und das Nachfolgeangebot. Wirtschaftsdienst, 102 (11), 873-879.
- Liebensteiner M., Losert, J., Necker, S., Neumeier, F., Pätzold, J., Wichert, S. (2024). Auswirkungen des 9-Euro-Tickets auf das Mobilitätsverhalten der Bevölkerung. ifo Schnelldienst 77(8), 35-38.
- MCC Berlin (2024). D-Ticket Impact Tracker. Mercator Research Institute on Global Commons and Climate Change (MCC Berlin), <https://mcc-berlin-ariadne.shinyapps.io/dticket-tracker/#In%20K%C3%BCrze>. (Abruf: 20.12.2024).
- Motzer, N., Hamel, C., Agola, D., Riedel, J., Wagner-Hanl, N., Stein, H. (2024). Deutschlandticket-Treiber der Mobilitätswende? Fraunhofer-Allianz Verkehr, Dortmund, April 2024.
- N.N. (2024). Kostenloses Deutschlandticket für Hamburgs Schüler: Was zu beachten ist. NDR v. 31.08.2024, <https://www.ndr.de/nachrichten/hamburg/Kostenloses-Deutschlandticket-fuer-Hamburgs-Schueler-Was-zu-beachten-ist,deutschlandticket310.html>. (Abruf: 8.1.2025).
- Nobis, C. (2022). Das 49-Euro-Ticket: Das Potenzial eines neuen Angebots. Webinar der Agora Verkehrswende: Das 9-Euro-Ticket und die Verkehrswende (Teil 3), 15. November 2022.
- O2 Telefónica (2023). Das Deutschlandticket bewirkt deutlich mehr Pendel- und Wochenendfahrten. O2 Telefónica Mobility Monitor – Ausgabe 3 v. 24.07.2023. [https://www.telefonica.de/news/corporate/2023/07/o2-telefonica-mobility-monitor-ausgabe-3-das-deutschlandticket-bewirkt-deutlich-mehr-pendel-und-wochenendfahrten.html?tag=%23mobility\\_monitor;cat=blogartikel](https://www.telefonica.de/news/corporate/2023/07/o2-telefonica-mobility-monitor-ausgabe-3-das-deutschlandticket-bewirkt-deutlich-mehr-pendel-und-wochenendfahrten.html?tag=%23mobility_monitor;cat=blogartikel). (Abruf: 16.06.2023).
- Ortega, M. F. G., Link, H. (2025). Mode choice inertia and shock: Three months of almost fare-free public transport in Germany. Economics of Transportation, 41, 100382.
- Roll, O., Achterberg, L. H., Herbert, K. G. (2010). Innovative Approaches to Analyzing the Price Sensitivity Meter. Results of an international comparative study. COM- BI2010 Conference Proceedings, 181–193.
- Rozynek, C. (2024). Imagine the financial barrier to public transport use disappears. The impact of the 9-Euro-Ticket on the mobility and social participation of low-income households with children. Transport Policy 149, (2024), 80–90
- Schmidt, J., Steiner, M., Krafft, M., Eckel, N., Dahl, D. W. (2023). Hitting the bullseye: Accurately measuring willingness to pay for innovations with open and closed direct questions. International Journal of Research in Marketing. 41 (2), 383-402.
- Schröder, D., Kirn, L., Kinigadner, J., Loder, A., Blum, P., Xu, Y., Lienkamp, M. (2023). Ending the myth of mobility at zero costs: an external cost analysis. Research in Transportation Economics 97, 101246.
- Staupe, J. (2024). Deutschland-Ticket lässt zu wenig Autos stehen. Klimareporter v. 02.05.2024, <https://www.klimareporter.de/verkehr/deutschland-ticket-laesst-zu-wenig-autos-stehen>. (Abruf: 19.12.2024).
- Umweltbundesamt (2024). Gesellschaftliche Kosten von Umweltbelastungen. Veröffentlichung v. 26.11.2024, <https://www.umweltbundesamt.de/daten/umwelt-wirtschaft/gesellschaftliche-kosten->

von-umweltbelastungen#gesamtwirtschaftliche-bedeutung-der-umweltkosten. (Abruf: 15.01.2025).

VDV und Deutsche Bahn (2024a). Evaluation zum Deutschland-Ticket: Bericht zur bundesweiten Marktforschung - Jahresbericht 2023. Berlin, 4.4.2024.

VDV und Deutsche Bahn (2024b). Evaluation zum Deutschland-Ticket, Bericht zur passiven Wegemessung, Berichtszeitraum Januar-Dezember 2023. Berlin 5. April 2024.

VDV und Deutsche Bahn (2024c). Evaluation zum Deutschland-Ticket: Bericht zur bundesweiten Marktforschung - 1. Quartalsbericht 2024, Januar-März -. Berlin, 17.5.2024.

VDV und Deutsche Bahn (2024d). Interpretierende Zusammenfassung, Kernaussagen der bundesweiten Marktforschung zum Deutschland-Ticket -Berichtszeitraum 3. Quartal 2024 - Verband Deutscher Verkehrsunternehmen e. V. (VDV) | Deutsche Bahn AG | DB Regio AG, Berlin 10.12.2024.

Verbraucherzentrale Bundesverband (2024). Ein Jahr Deutschlandticket: viele Probleme bleiben. Bericht v. 30.04.2024, <https://www.vzbv.de/pressemitteilungen/ein-jahr-deutschlandticket-viele-probleme-bleiben>. (Abruf: 13.01.2025)

Wallimann, H., von Arx, W., Sticher, S. (2024). Flächendeckende Vergünstigungen im öffentlichen Verkehr sind nicht das richtige Mittel für die Verkehrswende. NZZ v. 28.02.2024. <https://www.nzz.ch/meinung/flaechendeckende-verguenstigungen-im-oeffentlichen-verkehr-sind-nicht-das-richtige-mittel-fuer-verkehrswende-ld.1777783?mktcid=sms&mktcval=E-mail>. (Abruf: 13.05.2023).

## **Die Autoren**

Prof. Dr. Andreas Krämer

Vorstandsvorsitzender der exeo Strategic Consulting AG in Bonn und Direktor des VARI e.V. (Value Research Institute), Iserlohn.

eMail: [andreas.kraemer@exeo-consulting.com](mailto:andreas.kraemer@exeo-consulting.com)

Dr. Robert Bongaerts

Vorstand der exeo Strategic Consulting AG in Bonn

eMail: [robert.bongaerts@exeo-consulting.com](mailto:robert.bongaerts@exeo-consulting.com)

Dr. Gerd Wilger

Vorstand der exeo Strategic Consulting AG in Bonn

eMail: [gerd.wilger@exeo-consulting.com](mailto:gerd.wilger@exeo-consulting.com)

website: [www.exeo-consulting.com](http://www.exeo-consulting.com)

---

# „Deutschlandticket zu 29 Euro“: Untersuchung für Greenpeace e.V.

Befragungsergebnisse Dez. 2024

Bonn, 20. Januar 2025



Prof. Dr. Andreas Krämer

**exeo** Strategic Consulting AG  
Wittelsbacherring 24, 53115 Bonn  
andreas.kraemer@exeo-consulting.com  
Tel. +49 (0) 178 256 2241  
[www.exeo-consulting.com](http://www.exeo-consulting.com)

## Agenda

---

### Agenda

---

1. Zielsetzung und Methodik
  2. Deutschlandticket-Nutzer und -Absatzpotenzial
  3. Nutzung und Bewertung des Deutschlandtickets
  4. Verkehrsmittelwahl und Fahrtenverlagerung
  5. Preis-Absatz-Beziehung und Einnahmenwirkungen
  6. Fazit und Ausblick
-

## Agenda

---

- 1. Zielsetzung und Methodik**
  2. Deutschlandticket-Nutzer und -Absatzpotenzial
  3. Nutzung und Bewertung des Deutschlandtickets
  4. Verkehrsmittelwahl und Fahrtenverlagerung
  5. Preis-Absatz-Beziehung und Einnahmewirkungen
  6. Fazit und Ausblick
- 

## Im Fokus der Befragung stehen Preis-Absatz-, Einnahmen- und Verlagerungswirkungen beim Deutschlandticket zu 29 Euro

---



**Ausgangssituation:**

- Preisanpassung beim Deutschlandticket von 49 Euro auf 58 Euro ab 1.1.2025 (negative Bestandseffekte erwartet).
- Beauftragung exeo mit einer Bewertung des Szenarios „Deutschlandticket zu 29 Euro“.

**Zielsetzung:**

- Abschätzung der Preis-Absatz-Wirkungen beim Deutschlandticket.
- Einnahmewirkungen „Deutschlandticket zu 29 Euro“ gegenüber DT zu 49 bzw. 58 Euro.
- Einfluss des DT-Preispunktes auf die Verlagerungswirkung (Reduzierung von Pkw-Fahrten).\*

\* Zusätzliche Bewertung eines kostenlosen DT für Schülerinnen und Schüler.

## Vorgehen im Projekt: Meilensteine

---

### Projektschritte und Zeitplanung

- |                                       |                         |
|---------------------------------------|-------------------------|
| ○ Kick-off zum Projekt:               | 18.12.2024              |
| ○ Fragebogen zur Erhebung / Freigabe: | 18.12.2024              |
| ○ Programmierung Fragebogen:          | 19.12.2024 - 23.12.2024 |
| ○ Testing Programm-Version:           | 23.12.2024              |
| ○ Soft-Launch:                        | 26.12.2024              |
| ○ Feld (Interviews):                  | 27.12.2024 - 31.12.2024 |
| ○ Datensatzbereitstellung:            | 2.1.2025                |
| ○ Gewichtung und Analysen:            | 2.1.2025 - 8.1.2025     |
| ○ Modellierung und Hochrechnung:      | 9.1.2025 - 12.1.2025    |
| ○ Gutachten Vorlage Greenpeace:       | 13.1.2025               |
| ○ Review Greenpeace:                  | 13.1.2025 - 20.1.2025   |

Quelle: **exeo** Strategic Consulting AG

## Methodischer Ansatz und Vorgehen zur Sicherstellung repräsentativer Studienergebnisse

---

### Methodischer Ansatz\*

- Nutzung von zwei unterschiedlichen **Online-Access-Panels** zur Rekrutierung der Probanden (Cint + Gapfish).
- Bundesweit 18+ Jahre; insgesamt 2.108 (n=607 DT-Nutzer).
- Durchführung der **Erhebung**: 27.12.2024 bis 31.12.2024, mit dem Fokus auf den Gültigkeitsmonat Dez. 2024 des Deutschlandtickets.
- Mittlere **Dauer** des Interviews: 13,9 min (variiert in Abhängigkeit von der Zielgruppe).
- Nutzung „PSM Plus“-Methodik zur Modellierung der Preis-Absatz-Effekte.
- Repräsentative **Gewichtung**.

### Qualität und Repräsentativität

- Sicherstellung einer ausreichenden **Stichprobenbasis** für die Subsegmente Geschlecht, Altersklassen und Wohnort (→ **Quotierung** der Stichprobe).
- **Qualitätssicherung** durch:
  - Kontrolle der Interviewlänge (Eliminierung „Speeder“).
  - Inhaltliche Prüfung auf Plausibilität.
  - Kontrolle von Invarianz („Straightlining“).
- Sicherstellung der **Repräsentativität** der Stichprobe durch einen mehrstufigen **Gewichtungsprozess** und Orientierung an Ankervariablen.

\* Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers (m/w/d) verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für alle Geschlechter.

# Strukturierung des Fragebogens: Wirkungen des DT zum Preis von 29 Euro

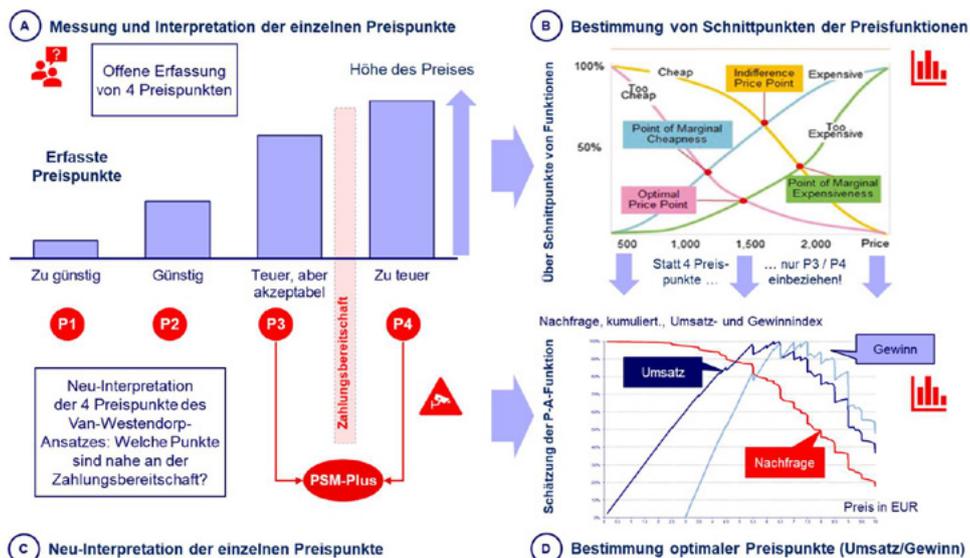
Grundsätzlicher Aufbau der Befragung: Interviews Ende Dez. 2024 (Berichtsmonat Dez. 2024)

Inhalt / Themenblöcke		Zielsetzung
<b>S</b>	ÖPNV-Affinität und NV-Nutzung Wohnortgröße, (RegioStar), Alter, ÖPNV-Affinität	Identifikation Potenzial-Nutzer DT
<b>A</b>	Nutzungsintensität ÖPNV Jan.-Apr. 2023 (vor DT) ÖPNV: Genutzte Fahrkarten Ausgaben NV vor DT	<b>Nutzer-Segmente</b>
<b>B</b>	Kauf des DT; Kaufmotive; Entscheidungsprozess Nutzung und Bewertung des DT nach Nutzung	<b>Kaufentscheidung und Bewertung des Angebotes</b>
<b>C</b>	Konkrete Nutzung des DT: Fahrtengerüst und -profil Mehrverkehr und Verkehrsmittel-Verlagerung	<b>Verkehrsmittelwahl und -verlagerung</b>
<b>D</b>	Preispunkte gemäß PSM Plus Kostenloses DT für Schülerinnen und Schüler	<b>Preiselastizität / alternative Ausgaben</b>
<b>Z</b>	Pkw-Verfügbarkeit; allgemeine Soziodemografie Berufstätigkeit / Pendeln / Homeoffice-Tätigkeit	Sozio-Variablen / Zielgruppensegmente

Quelle: exeo Strategic Consulting AG

## Methodik: Die Preispunkt-Bestimmung nutzt den PSM Plus-Ansatz (eine Neu-Interpretation der Preispunkte P3 / P4 des Van-Westendorp-Ansatzes)

### Vom Van-Westendorp-Ansatz zur Methode „PSM Plus“

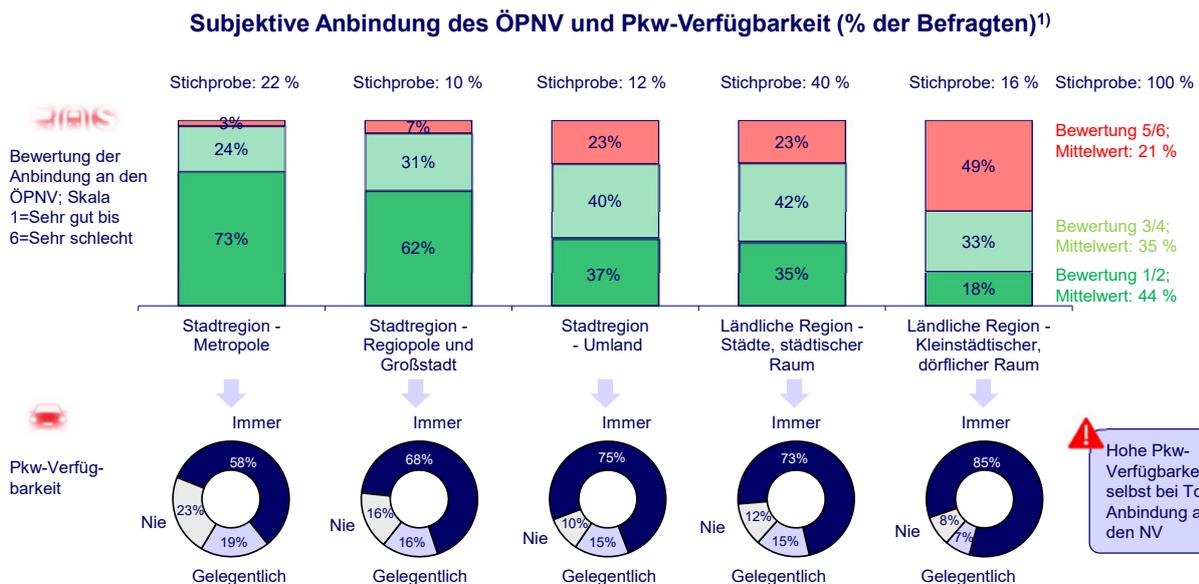


Quelle: Krämer (2024): „PSM-Plus“: Eine neue Methode zur Messung von Zahlungsbereitschaften. Forschungsbericht VARI Nr. 7

## Agenda

1. Zielsetzung und Methodik
- 2. Deutschlandticket-Nutzer und -Absatzpotenzial**
3. Nutzung und Bewertung des Deutschlandtickets
4. Verkehrsmittelwahl und Fahrtenverlagerung
5. Preis-Absatz-Beziehung und Einnahmenwirkungen
6. Fazit und Ausblick

## 22 % der Befragten fühlen sich persönlich schlecht oder sehr schlecht an den Nahverkehr angebunden – Pkw-Verfügbarkeit hier sehr hoch

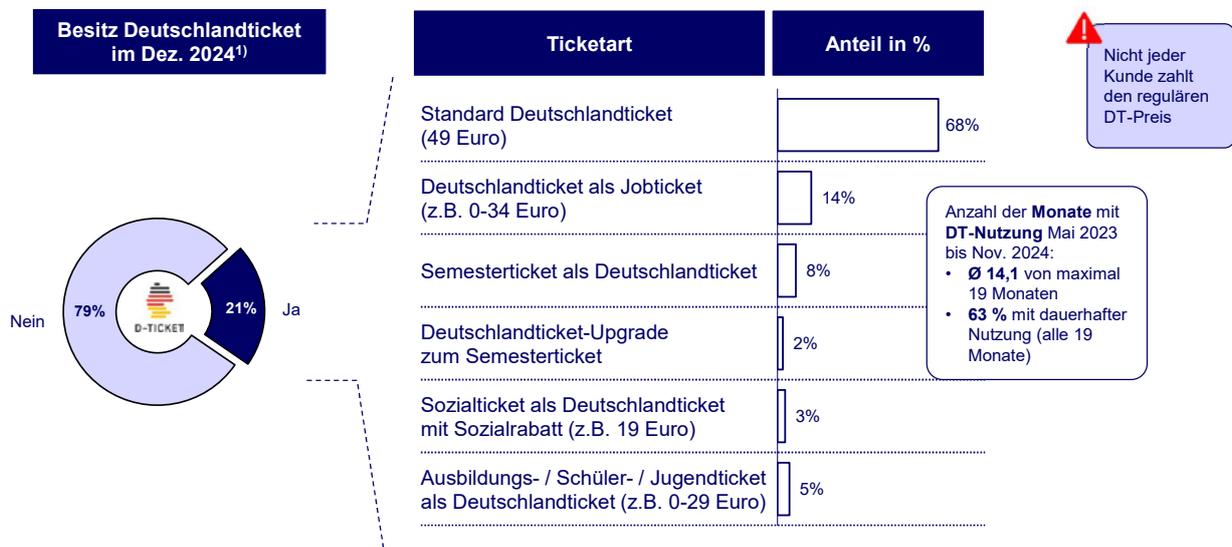


1) Wie sind Sie persönlich an den Nahverkehr angebunden? Und: Wie häufig steht Ihnen persönlich ein PKW zur Verfügung? RegioStaR5 Zuspiegung per PLZ.

Quelle: exeo Strategic Consulting AG

## 21 % der Befragten sind im Dez. 2024 im Besitz eines Deutschlandtickets (davon besitzen 2/3 ein reguläres DT)

Besitz des Deutschlandtickets (DT) und Ticketarten (% der Befragten)<sup>1)</sup>

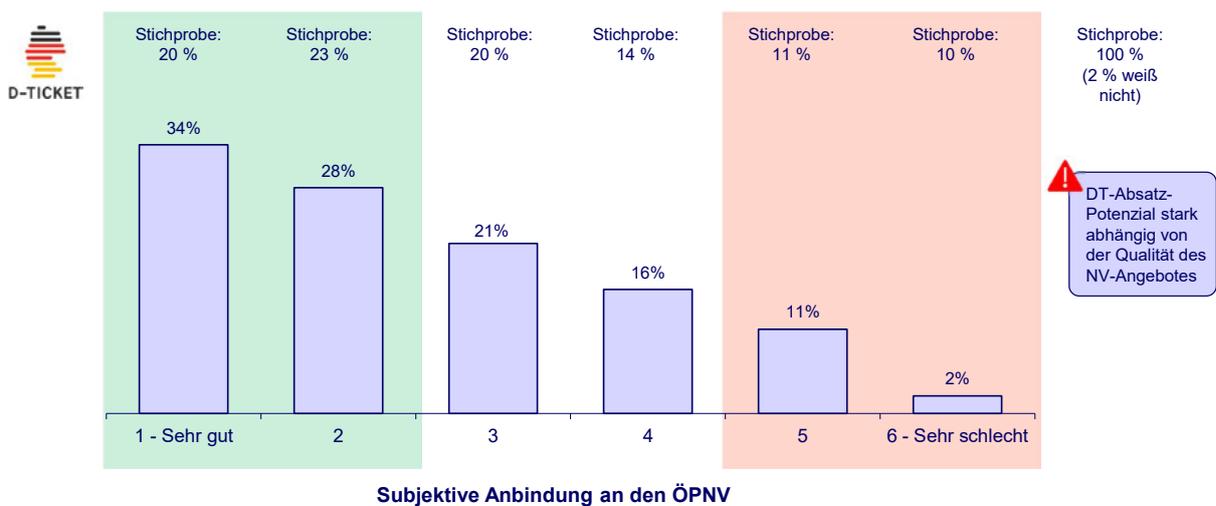


1) Seit dem 1.5.2023 wird das Deutschlandticket für bundesweites Fahren im Nahverkehr für 49 Euro pro Monat als monatlich kündbares Abo angeboten. Das Ticket ist papierlos und personalisiert, d.h. ohne die Möglichkeit zur Mitnahme oder einer Übertragbarkeit an andere. Besitzen Sie dieses Ticket? Und: Welches Deutschlandticket besitzen Sie? Und: Haben Sie das Deutschlandticket in den Monaten Mai 2023 bis November 2024 besessen?

Quelle: **exeo** Strategic Consulting AG

## Der Anteil der Nutzer des Deutschlandtickets wird maßgeblich durch die wahrgenommene Anbindung an den ÖPNV bestimmt

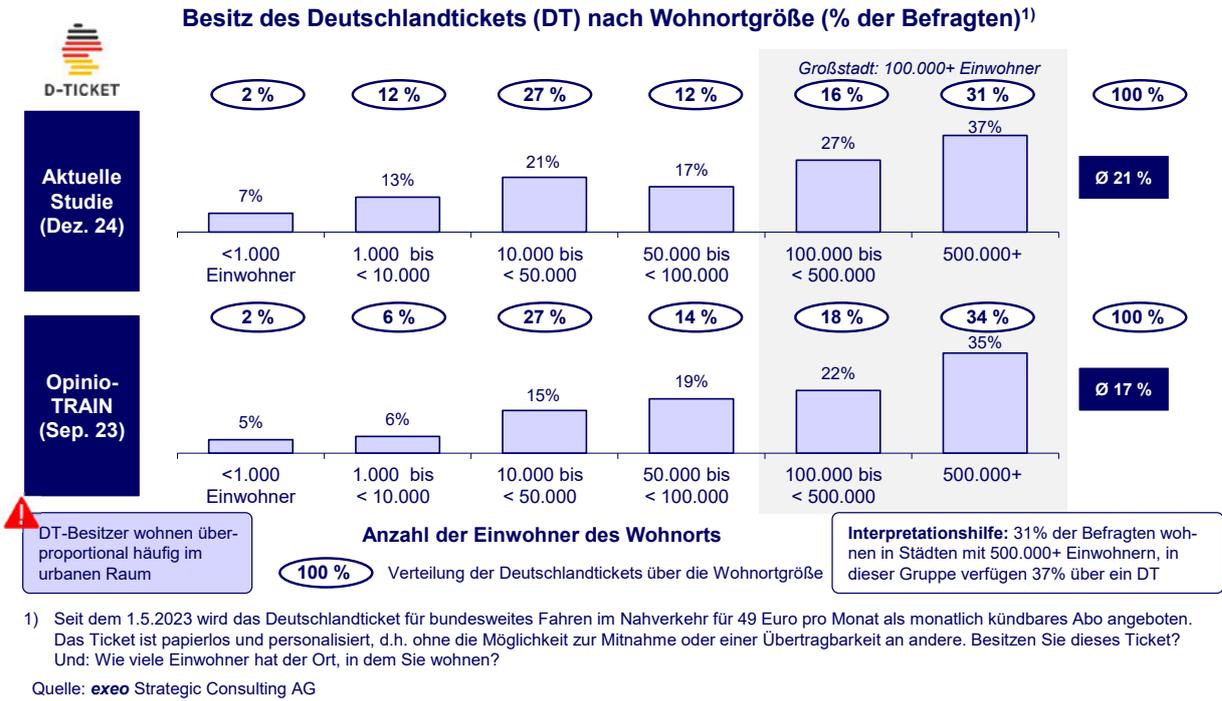
Besitz des Deutschlandtickets (DT) nach subjektiver Anbindung an den ÖPNV (% der Befragten)<sup>1)</sup>



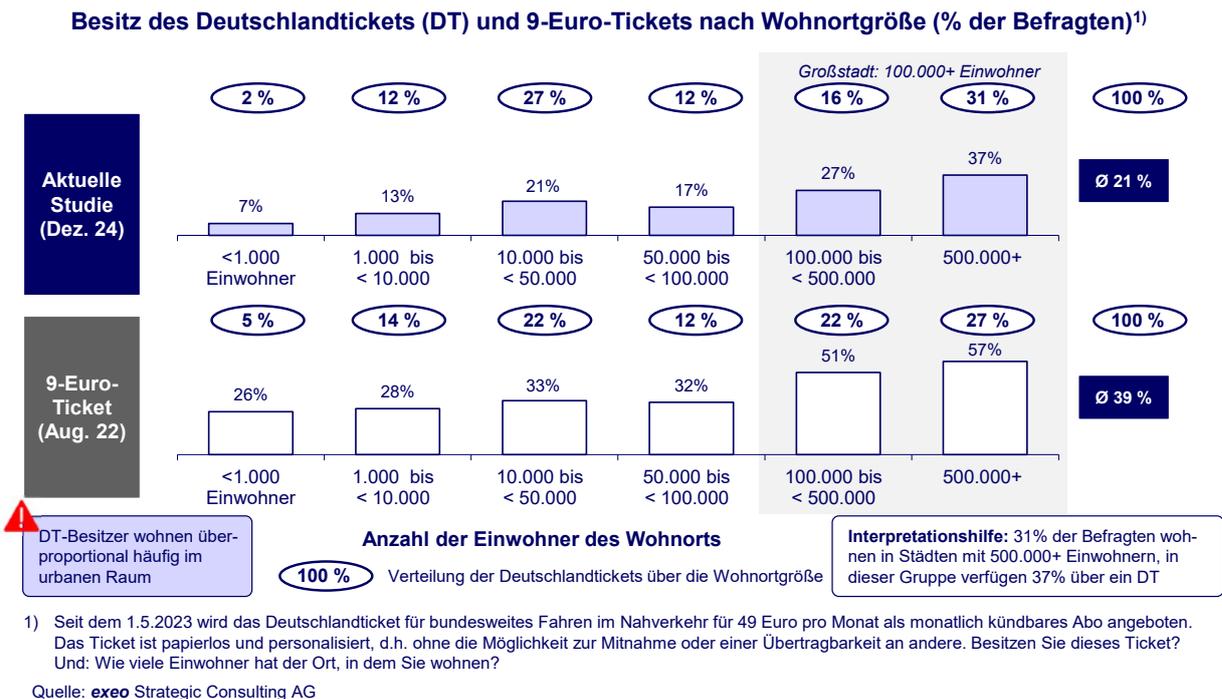
1) Seit dem 1.5.2023 wird das Deutschlandticket für bundesweites Fahren im Nahverkehr für 49 Euro pro Monat als monatlich kündbares Abo angeboten. Das Ticket ist papierlos und personalisiert, d.h. ohne die Möglichkeit zur Mitnahme oder einer Übertragbarkeit an andere. Besitzen Sie dieses Ticket? Und: Wie sind Sie persönlich an den Nahverkehr angebunden?

Quelle: **exeo** Strategic Consulting AG

# Der Anteil der DT-Nutzer variiert in Abhängigkeit von der Größe des Wohnortes – etwa die Hälfte der DT-Besitzer wohnt in der Großstadt

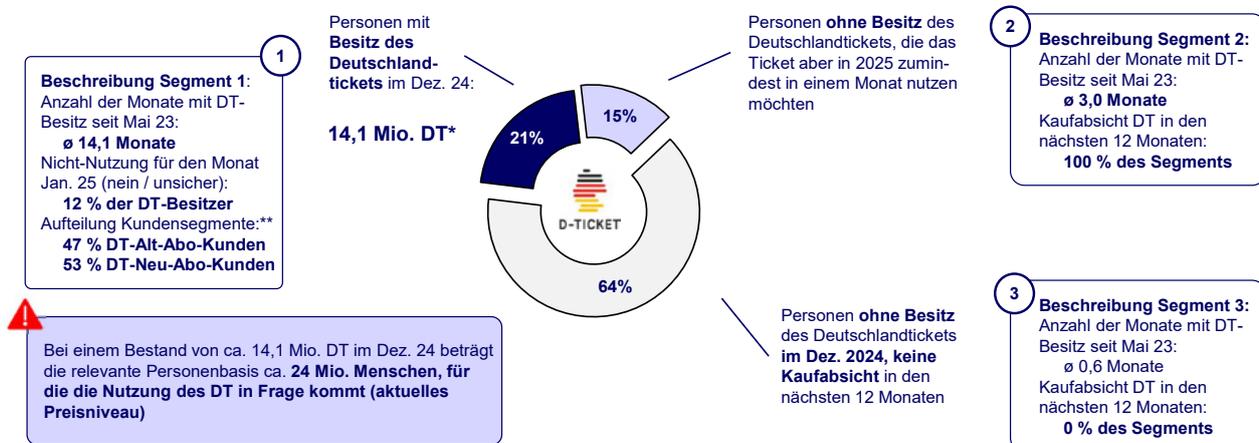


## Im Vergleich zum 9-Euro-Ticket sind die Nutzerquoten beim DT in kleineren Wohnortklassen deutlich geringer



## Zusätzlich zu den 21 % Besitzern des Deutschlandtickets im Dez. 24 ergeben sich 15 % Potenzialnutzer – 64 % ohne Nutzungsabsicht

Kernzielgruppe definiert über Besitz und Nutzungsbereitschaft zum Deutschlandticket (DT)<sup>1)</sup>



- \* Die Stichprobe repräsentiert 12,3 Mio. DT im Dez. 2024 (nicht abgedeckt sind die Altersklasse bis 17 Jahre, online nicht erreichbare Menschen und die nicht deutschsprachige Wohnbevölkerung).  
\*\* DT-Alt-Abo-Kunden = Personen, die bereits vor DT-Einführung über ein Abo im NV verfügt haben; DT-Neu-Abo-Kunden = Personen, die vor DT-Einführung kein Abo im NV besessen haben.

Quelle: exeo Strategic Consulting AG

## Besitzer des Deutschlandtickets: Eher jünger, mit hoher ÖPNV-Affinität und relativ stärker aus größeren Wohnorten stammend

Deutschlandticket: Beschreibung der Nutzersegmente (Dez. 2024)

Kennziffer	Ausprägung	1 Besitz DT (Dez. 2024)	2 Kein DT, Kaufabsicht 2025	3 Kein DT, keine Kaufabsicht 2025	Gesamt
Geschlecht	Weiblich	49%	51%	51%	51%
	Männlich	51%	49%	49%	49%
	Divers	0%	1%	0%	0%
Altersklassen	Bis 29 Jahre	32%	22%	12%	18%
	30 bis 59 Jahre	53%	49%	41%	44%
	60+ Jahre	15%	29%	47%	38%
ÖPNV-Nutzung (Jan.-Apr. 23, vor DT)	Stammkunde 4+ Tage/Wo.	57%	19%	9%	21%
	Medium-Nutzer	35%	46%	20%	27%
	Nicht- oder Selten-Nutzer	8%	35%	71%	52%
Bahn-Nutzung (Jan.-Apr. 23, vor DT)	Wöchentlich	41%	21%	6%	15%
	Monatlich oder seltener	49%	63%	37%	44%
	Nie	10%	16%	57%	41%
Wohnort	< 10.000 Einw.	14%	20%	32%	26%
	10.000 bis < 100.000 Einw.	39%	49%	43%	43%
	100.000+ Einw.	47%	30%	25%	31%

Quelle: exeo Strategic Consulting AG

# Im Vergleich zum 9-Euro-Ticket erreicht das Deutschlandticket nicht nur einen geringeren Bestand, sondern ist auch strukturell unterschiedlich

Strukturunterschiede Nutzer Deutschlandticket vs. 9-Euro-Ticket (% der Befragten)

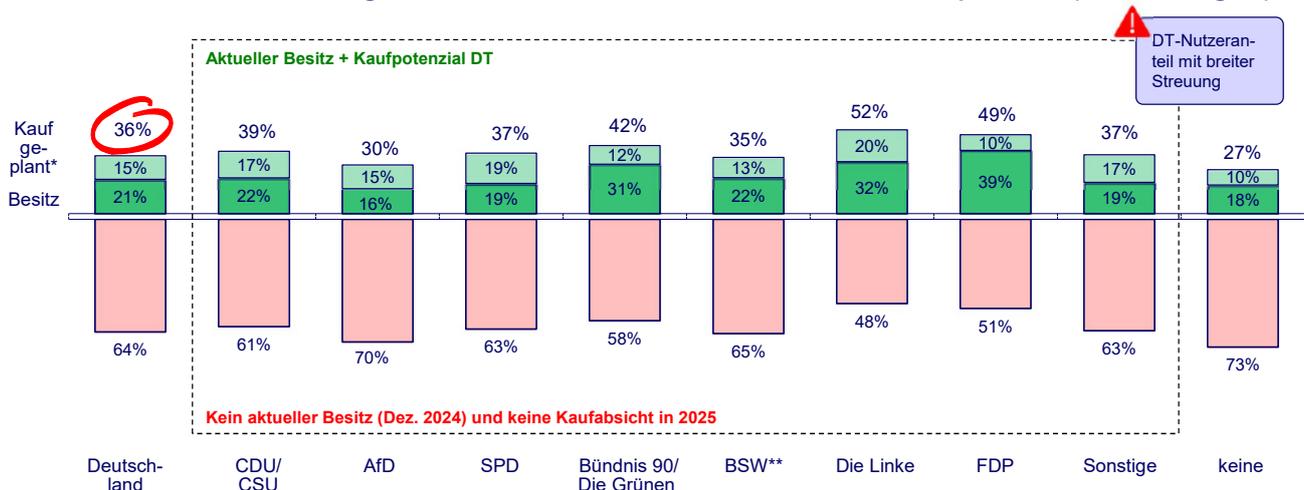
Charakteristika		Deutschlandticket (Dez. 2024)	9-Euro-Ticket (Aug. 2022)	Delta %-Punkte
Altersklasse	18-29 Jahre	32%	23%	9%
	30 bis 59 Jahre	53%	50%	4%
	60 Jahre+	15%	27%	-13%
Wohnortgröße	< 10.000 Einwohner	14%	21%	-7%
	10.000 bis < 100.000 Einw.	39%	32%	7%
	100 000+ Einwohner	47%	47%	0%
ÖPNV-Nutzung (vor Ticket)	Heavy-User (4+ Tage pro Woche)	57%	28%	29%
	Medium-Nutzer (mind. monatlich)	35%	40%	-5%
	Nicht- oder Selten-Nutzer	8%	32%	-24%
Bahn Nutzung (vor Ticket)	Heavy-User (mind. wöchentlich)	41%	21%	20%
	Medium-Nutzer (mind. selten)	49%	49%	1%
	Nicht-Nutzer	10%	30%	-21%
Kunden-segment*	DT-Alt-Abo-Kunden	47%	30%	17%
	DT-Neu-Abo-Kunden	53%	70%	-17%

\* Beim 9-Euro-Ticket entspricht das Segment der Neu-Abo-Kunden den Ticketkäufern im freien Verkauf. Bei DT: DT-Alt-Abo-Kunden = Personen, die bereits vor DT-Einführung über ein Abo im NV verfügt haben; DT-Neu-Abo-Kunden = Personen, die vor DT-Einführung kein Abo im NV besessen haben.

Quelle: exeo Strategic Consulting AG

## 21 % der Befragten besitzen im Dez. 2024 das Deutschlandticket, bei Anhängern der AfD ist die Besitzquote leicht unterdurchschnittlich (16 %)

Dez. 2024: Besitz und Nutzungsbereitschaft zum Deutschlandticket nach Parteienpräferenz (% der Befragten)<sup>1)</sup>



\* Kein Besitz im Dez. 2024, Nutzungsabsicht für mindestens einen Monat in 2025 \*\* Bündnis Sahra Wagenknecht

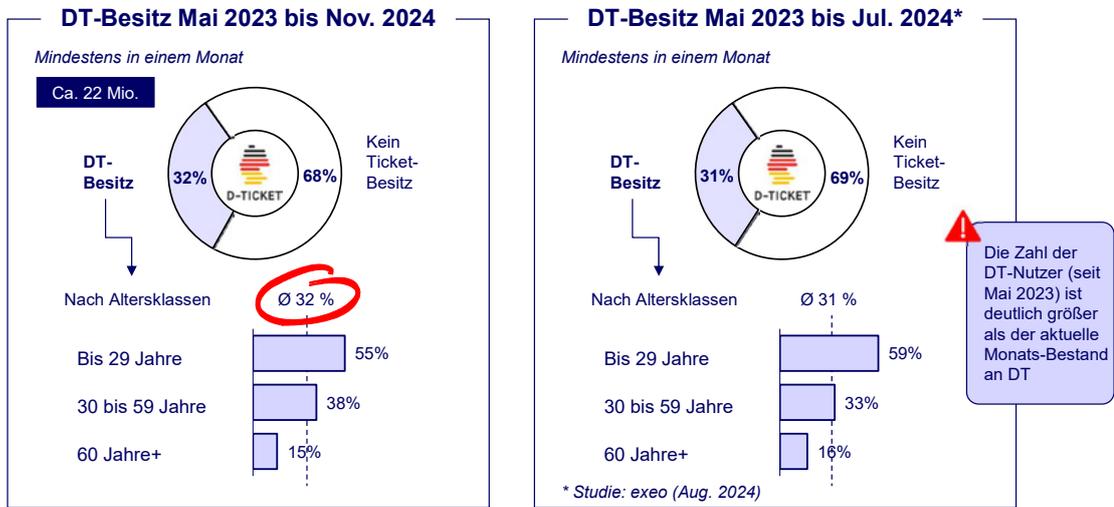
1) Seit dem 1.5.2023 wird das Deutschlandticket für bundesweites Fahren im Nahverkehr für 49 Euro pro Monat als monatlich kündbares Abo angeboten. Das Ticket ist papierlos und personalisiert, d.h. ohne die Möglichkeit zur Mitnahme oder einer Übertragbarkeit an andere. Besitzen Sie dieses Ticket? Und: Wie viele Monate im gesamten Jahr 2025 werden Sie das Deutschlandticket voraussichtlich nutzen? Und: Welcher der folgenden Parteien stehen Sie aktuell am nächsten?

Quelle: exeo Strategic Consulting AG



## 32 % der Befragten im Dez. 2024 haben das DT bereits mindestens einmal besessen – in der Altersklasse <30 Jahre sind 59 % DT-Nutzer

### Besitz des Deutschlandtickets seit Markteinführung Mai 23 (% der Befragten)<sup>1)</sup>

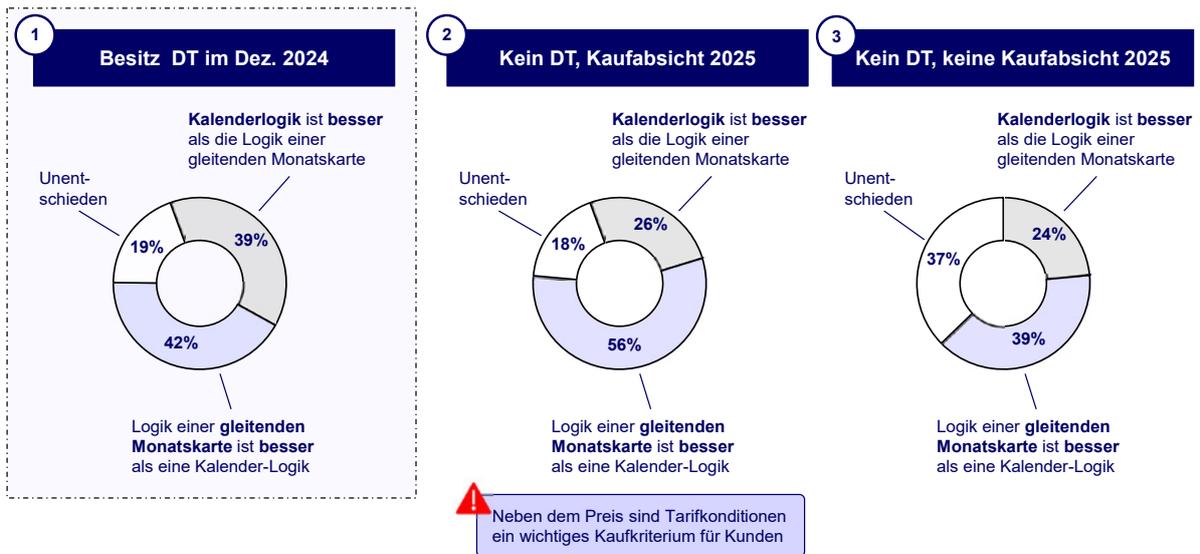


1) Seit dem 1.5.2023 wird das Deutschlandticket für bundesweites Fahren im Nahverkehr für 49 Euro pro Monat als monatlich kündbares Abo angeboten. Das Ticket ist papierlos und personalisiert, d.h. ohne die Möglichkeit zur Mitnahme oder einer Übertragbarkeit an andere. Besitzen Sie dieses Ticket? Und: Wie sind Sie persönlich an den Nahverkehr angebunden? Haben Sie das Deutschlandticket in den Monaten Mai 2023 bis November 2024 besessen?

Quelle: exeo Strategic Consulting AG

## Bei der Definition der Gültigkeit des Deutschlandtickets besteht eine Präferenz für die Logik der gleitenden Monatskarte

### Präferenz für die Logik der Gültigkeit des Deutschlandtickets (% der Befragten)<sup>1)</sup>



1) Derzeit ist die Gültigkeit des Deutschlandtickets an den Kalendermonat gebunden. Eine andere Logik besteht darin, dass die Gültigkeit 30 Tage nach dem ersten Tag der Nutzung endet (Logik einer gleitenden Monatskarte). Welche Regelung finden Sie besser?

Quelle: exeo Strategic Consulting AG

# Agenda

## Agenda

1. Zielsetzung und Methodik
2. Deutschlandticket-Nutzer und -Absatzpotenzial
3. Nutzung und Bewertung des Deutschlandtickets
4. Verkehrsmittelwahl und Fahrtenverlagerung
5. Preis-Absatz-Beziehung und Einnahmenwirkungen
6. Fazit und Ausblick

**Für die DT-Besitzer ist die deutschlandweite Gültigkeit (49 %) das wichtigste Kaufmotiv – Motivlage nach Kundensegment unterschiedlich**

Gründe für den Kauf des Deutschlandtickets (% der Befragten)<sup>1)</sup>

Kaufgründe (gestützt) Ranking top 10	Alle DT-Besitzer (Dez. 24)	DT-Neu-Abo-Kunden (Dez. 24)	DT-Alt-Abo-Kunden (Dez. 24)
Die <b>deutschlandweite Gültigkeit</b> lohnt sich für mich	49%	50%	47%
Günstiger <b>Preis</b> / Kosten sparen	40%	40%	41%
Flexibel am Wohnort in Bussen und Bahnen nutzbar	33%	37%	28%
Günstiger als <b>andere Ticket-Alternativen</b>	32%	38%	26%
Günstige Gelegenheit für ÖPNV-Nutzung auch <b>außerh. meiner Region</b>	31%	37%	25%
<b>Umwelt</b> schützen	30%	37%	21%
Ich habe <b>sowieso</b> gerade Bedarf / mein Abo wird automatisch umgestellt	28%	19%	38%
Ich muss mir über Tarifgebiete ... <b>keine Gedanken</b> mehr machen	28%	29%	27%
Ich habe jederzeit die Möglichkeit, wieder zu <b>kündigen</b>	26%	32%	19%
Bewusster <b>Verzicht auf Autofahrten</b>	25%	31%	17%

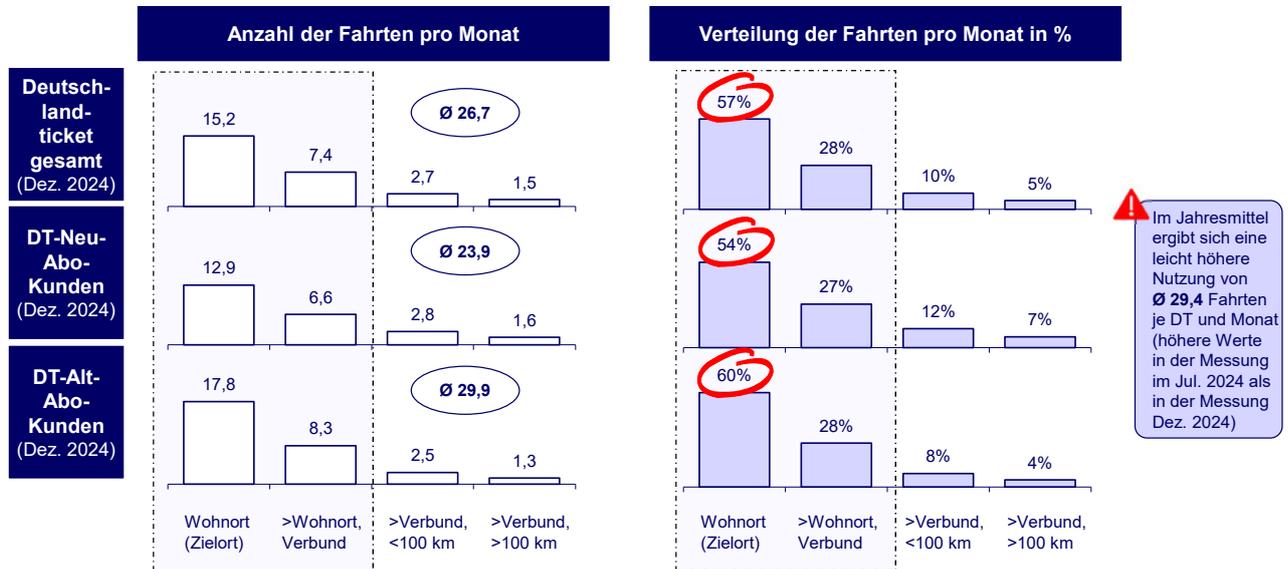
1) Warum besitzen Sie ein Deutschland-Ticket? Bitte markieren Sie alle zutreffenden. Antwort „Sonstiges“ (3 %) nicht dargestellt.

Quelle: **exeo** Strategic Consulting AG



# Das Deutschlandticket wird überwiegend für die Nutzung des ÖPNV im Nahbereich genutzt – 57 % der Fahrten am Wohnort (Zielort)

Fahrten mit dem Deutschlandticket im Dez. 2024 nach Fahrt-Typen<sup>1)</sup>



1) Für wie viele einzelne Strecken haben Sie das Deutschlandticket im Dez. 2024 genutzt? Eine Fahrt ist jeweils eine Strecke (Hin- und Rückfahrt = 2 Fahrten).  
 Quelle: exeo Strategic Consulting AG

## Zwei Drittel der Besitzer des Deutschlandtickets sind relativ sicher, das Ticket auch beim erhöhten Preis von 58 Euro zu nutzen

Statement-Bewertung zum Deutschlandticket (% der Befragten)<sup>1)</sup>

Statement	Besitzer Deutschlandticket			Nicht-Besitzer Deutschlandticket		
	Zustimmung (top-2)	Ablehnung (low-2)	Unklar	Zustimmung (top-2)	Ablehnung (low-2)	Unklar
Das Deutschlandticket ist grundsätzlich eine gute Sache	82%	14%	5%	68%	23%	0%
Es ist super, dass man mit dem Deutschlandticket auch auf längeren Strecken in Bussen und Regionalverkehr unterwegs sein kann.	80%	15%	5%	66%	25%	9%
Preisstabilität oder ein sinkender Preis beim Deutschlandticket würde mir gerade bei steigenden Lebenshaltungskosten viel bedeuten	74%	19%	7%	55%	27%	19%
Mit dem Deutschlandticket ist es möglich, Fahrten vom Pkw auf Busse und Bahnen zu verlagern.	72%	21%	7%	51%	31%	18%
Mit dem Ticket ist es möglich, neue Kunden für Busse und Bahnen zu gewinnen.	70%	22%	8%	53%	32%	15%
Wenn der ÖPNV besser ausgebaut wäre, würde ich das Deutschlandticket (noch) häufiger nutzen	67%	20%	13%	40%	31%	30%
Ich werde das Ticket auch zu dem ab Jan. 2025 erhöhten Preis von 58 EUR kaufen	64%	21%	15%	12%	19%	69%
Der Preis des Deutschlandtickets sollte insgesamt deutlich gesenkt werden	57%	28%	14%	53%	30%	17%

Zustimmung (top-2) Ablehnung (low-2) Zustimmung (top-2) Ablehnung (low-2)

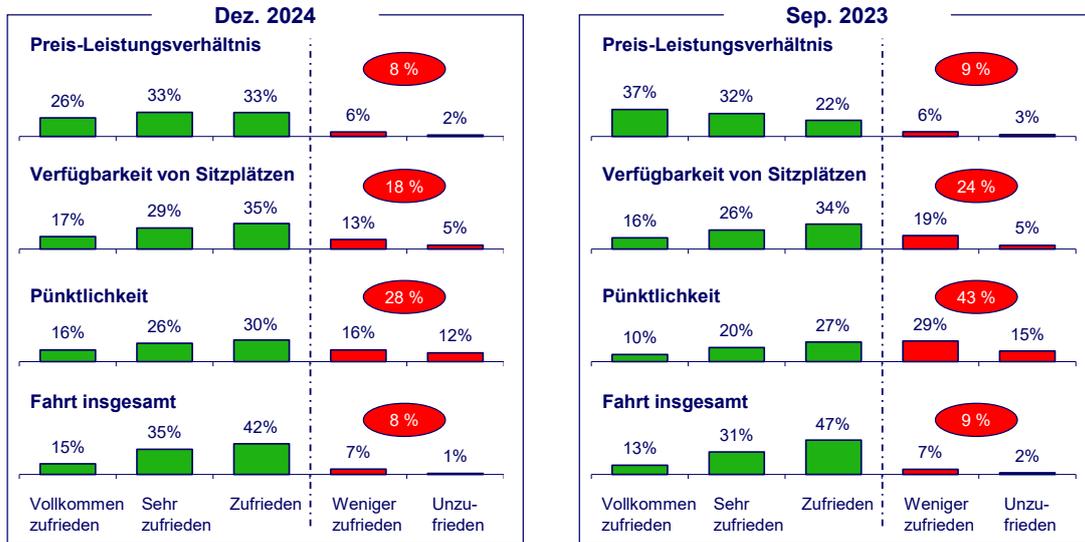
1) Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zum Deutschlandticket zu? Bitte antworten Sie auf einer Skala von 1 bis 5. Dabei bedeutet 1 = „stimme voll und ganz zu“ und 5 = „stimme überhaupt nicht zu“. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Bewertung abstufen.

Quelle: exeo Strategic Consulting AG



# Relativ stabile Gesamtzufriedenheit mit der letzten Fahrt mit dem DT – Erfahrungen in puncto Pünktlichkeit verbessert

Kundenzufriedenheit mit dem Deutschlandticket (% der DT-Besitzer)<sup>1)</sup>

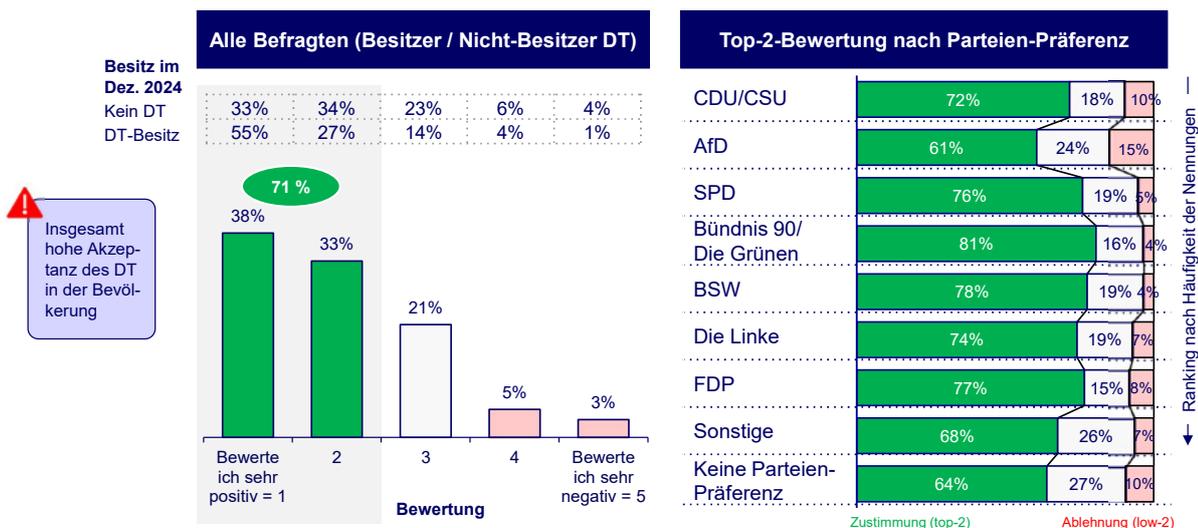


1) Wie zufrieden waren Sie mit den folgenden Aspekten bei der letzten Fahrt, über die Sie gerade berichtet haben? Skala von 1 = „vollkommen zufrieden“, 2 = „sehr zufrieden“, 3 = „zufrieden“, 4 = „weniger zufrieden“, 5 = „unzufrieden“.

Quelle: exeo Strategic Consulting AG

## 71 % der Befragten bewerten das Deutschlandticket grundsätzlich als eine gute Sache – Unterstützung über alle Parteien hinweg

Bewertung: „Das Deutschlandticket ist grundsätzlich eine gute Sache“ (% der Befragten)<sup>1)</sup>

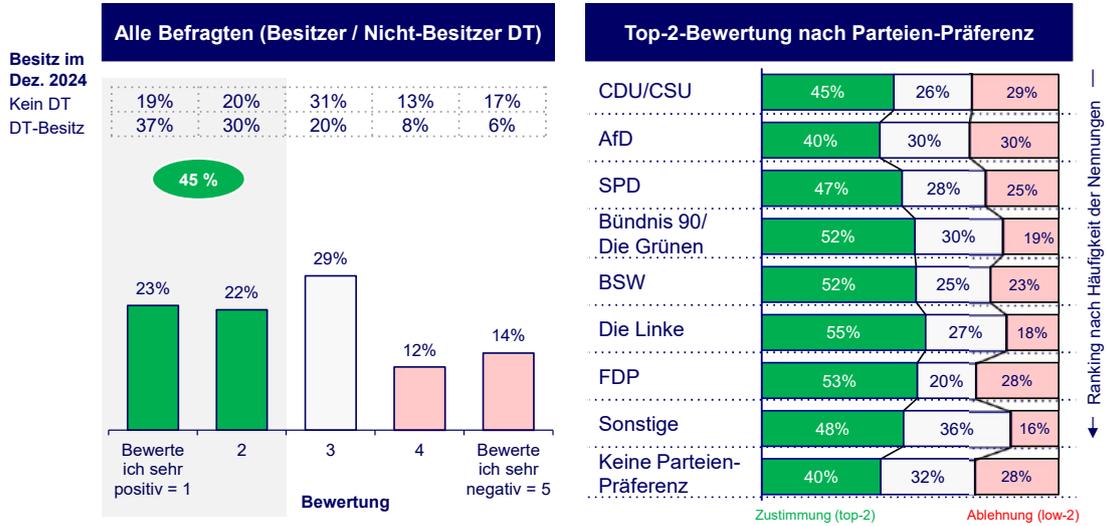


1) Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zum Deutschlandticket zu? Bitte antworten Sie auf einer Skala von 1 bis 5. Dabei bedeutet 1 = „stimme voll und ganz zu“ und 5 = „stimme überhaupt nicht zu“. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Bewertung abstimmen. Und: Welcher der folgenden Parteien stehen Sie aktuell am nächsten?

Quelle: exeo Strategic Consulting AG

# 45 % der Befragten würden das Deutschlandticket bei ÖPNV-Ausbau häufiger nutzen – stärkste Unterstützung bei der Partei „Die Linke“

Bewertung: „Wenn der ÖPNV besser ausgebaut wäre, würde ich das Deutschlandticket (noch) häufiger nutzen“ (% der Befragten)<sup>1)</sup>

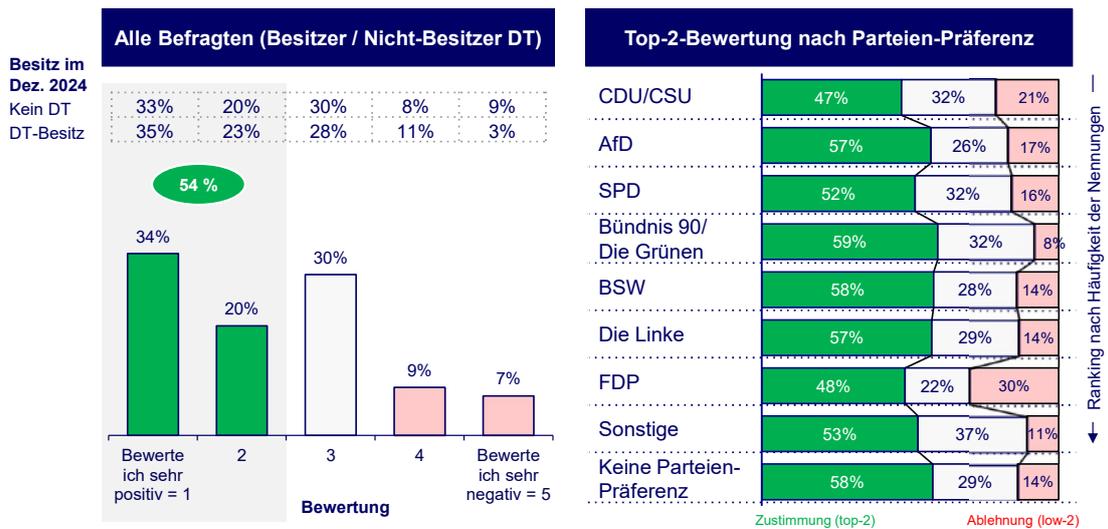


1) Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zum Deutschlandticket zu? Bitte antworten Sie auf einer Skala von 1 bis 5. Dabei bedeutet 1 = „stimme voll und ganz zu“ und 5 = „stimme überhaupt nicht zu“. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Bewertung abstimmen. Und: Welcher der folgenden Parteien stehen Sie aktuell am nächsten?

Quelle: exeo Strategic Consulting AG

# 54 % der Befragten befürworten, das Deutschlandticket im Preis stark abzusenken – Unterstützung über alle Parteien hinweg

Bewertung: „Der Preis des Deutschlandtickets sollte insgesamt deutlich gesenkt werden“ (% der Befragten)<sup>1)</sup>



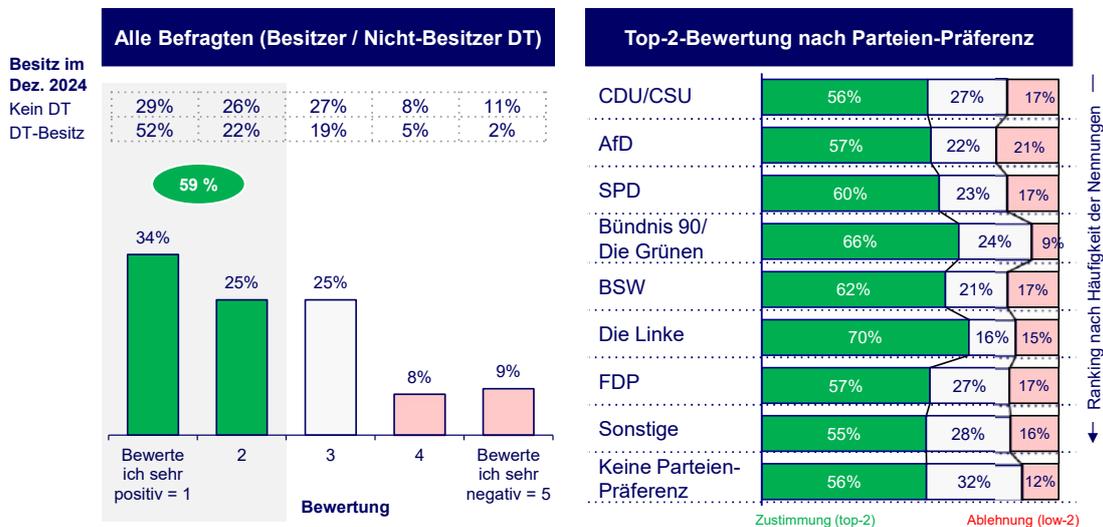
1) Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zum Deutschlandticket zu? Bitte antworten Sie auf einer Skala von 1 bis 5. Dabei bedeutet 1 = „stimme voll und ganz zu“ und 5 = „stimme überhaupt nicht zu“. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Bewertung abstimmen. Und: Welcher der folgenden Parteien stehen Sie aktuell am nächsten?

Quelle: exeo Strategic Consulting AG



## 59 % der Befragten geben Preisstabilität / einem sinkenden Preis ein hohes Gewicht – stärkste Unterstützung bei der Partei „Die Linke“

Bewertung: „Preisstabilität oder ein sinkender Preis beim Deutschlandticket würde mir gerade bei steigenden Lebenshaltungskosten viel bedeuten“ (% der Befragten)<sup>1)</sup>



1) Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zum Deutschlandticket zu? Bitte antworten Sie auf einer Skala von 1 bis 5. Dabei bedeutet 1 = „stimme voll und ganz zu“ und 5 = „stimme überhaupt nicht zu“. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Bewertung abstimmen. Und: Welcher der folgenden Parteien stehen Sie aktuell am nächsten?

Quelle: exeo Strategic Consulting AG

## Im Ranking der Fahrtzwecke besetzen „Wege zur Arbeit/Ausbildungsstätte oder Schule“ mit weitem Abstand den ersten Platz

Dez. 24: Fahrt-/Reisezweck bei der Nutzung des Deutschlandtickets (% der Fahrten mit dem DT)<sup>1)</sup>

Fahrtzweck (gestützt)	Deutschlandticket (% der Fahrten)	DT Neu-Abo (% der Fahrten)	DT Alt-Abo (% der Fahrten)
Wege zur Arbeit/Ausbildungsstätte oder Schule	36%	40%	32%
Alltägliche Fahrten (Erledigungen, Arztbesuche, Shopping etc.)	17%	16%	19%
Fahrten aus beruflichen oder dienstlichen Anlässen	15%	14%	17%
Urlaubsfahrten / Kurzurlaube	10%	6%	15%
Fahrten zu Events (Konzerte, Sportveranstaltungen etc.)	5%	7%	2%
Fahrten aus sonstigen Anlässen	5%	6%	2%
Ausflugsfahrten (Natur, Wandern, Radfahren, Kultur etc.)	4%	2%	6%
Besuchsfahrten zu Freunden/Verwandten/Bekanntem	4%	5%	2%
Fahrten am Zielort (bei Städtereisen, Besuchsfahrten, etc.)	3%	3%	2%
Städtereisen (für Fahrten zum/vom Zielort)	1%	0%	1%
Weiß nicht	2%	1%	2%

Freizeit-Fahrten bestimmen nicht Gesamtbild der DT-Nutzung

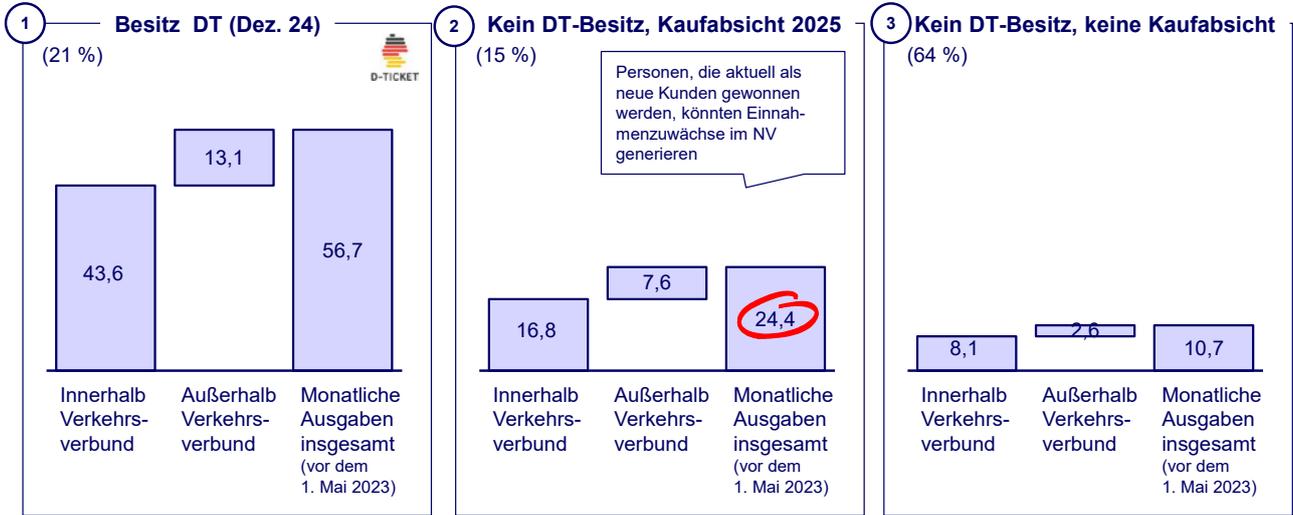
1) Was war der Fahrt-/Reisezweck? Bitte nennen Sie den wichtigsten Reisezweck.

Quelle: exeo Strategic Consulting AG

# Personen, die bisher kein DT besessen haben, aber den Kauf planen, gaben vor dem DT etwa 24 EUR pro Monat für NV-Mobilität aus

Monatliche Ausgaben (EUR) für die NV-Mobilität innerhalb und außerhalb des Verkehrsverbunds vor DT<sup>1)</sup>

(xx %) Anteil Stichprobe

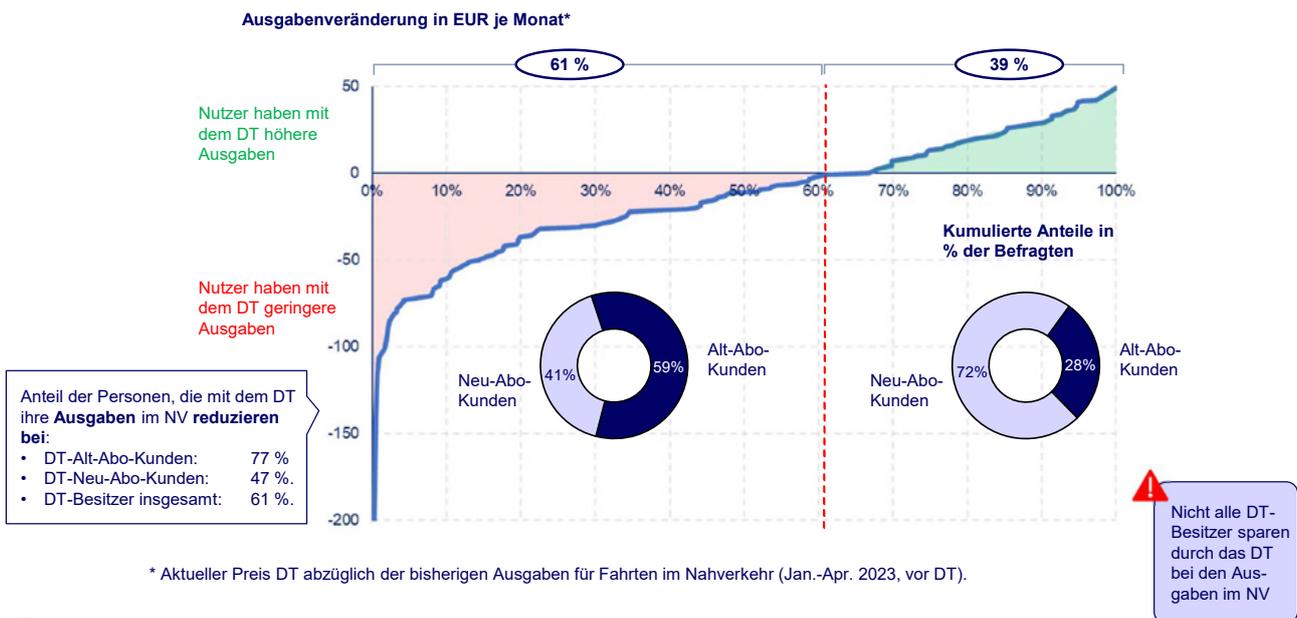


1) Wenn Sie an die Monate Jan.-Apr. 2023 (also vor Einführung des Deutschlandtickets) denken. Wie viel Euro haben Sie monatlich für Fahrten mit dem Nahverkehr innerhalb und außerhalb Ihres Verkehrsverbunds ausgegeben (kein Bahnfernverkehr)? Wenn Sie es nicht genau wissen, schätzen Sie bitte die Beträge. Bei Nicht-Besitz des DT ist die Bezugsbasis Okt.-Dez. 2024.

Quelle: exeo Strategic Consulting AG

## Bei 39 % der DT-Besitzer steigen die Einnahmen für den ÖPNV im Vergleich zur Situation vor DT (Mai 2023) oder bleiben gleich

DT-Besitzer im Dez. 2024: Verteilung der Ausgabenveränderungen durch das Deutschlandticket



Quelle: exeo Strategic Consulting AG



## Besitzer des Deutschlandtickets zeigen eine besonders starke NV-Nutzung – bei den DT-Nichtbesitzern ist die Pkw-Nutzung intensiver

Dez. 24: Hauptsächlich genutztes Verkehrsmittel (% der Befragten)<sup>1)</sup>

Hauptverkehrsmittel (gestützt)	1 Besitz DT (Dez. 2024)	2 Kein DT, Kaufabsicht 2025	3 Kein DT, keine Kaufabsicht 2025
U-Bahn / S-Bahn / Straßenbahn	30%	15%	7%
Regionalzug	21%	4%	3%
Bus	26%	21%	12%
Schiff / Fähre			
Pkw als Fahrer*in Fahrer	15%	39%	54%
Pkw als Mitfahrer*in Mitfahrer	2%	4%	8%
Taxi	0%	2%	1%
Car-Sharing	1%	1%	0%
Fahrrad	6%	10%	8%
Bike-Sharing	0%		
Motorrad	0%	0%	0%
E-Tretroller		0%	0%

! Hohes Verlagerungspotenzial (Pkw) bei DT-Potential-Kunden

1) Was war das überwiegend genutzte Verkehrsmittel? Ohne „Keines“

Quelle: exeo Strategic Consulting AG

## 25 % der Befragten (35 % der DT-Besitzer) sind im Dez. 2024 vollkommen oder sehr zufrieden mit der Leistung des ÖPNV

Kundenzufriedenheit mit dem ÖPNV (% Befragte)<sup>1)</sup>

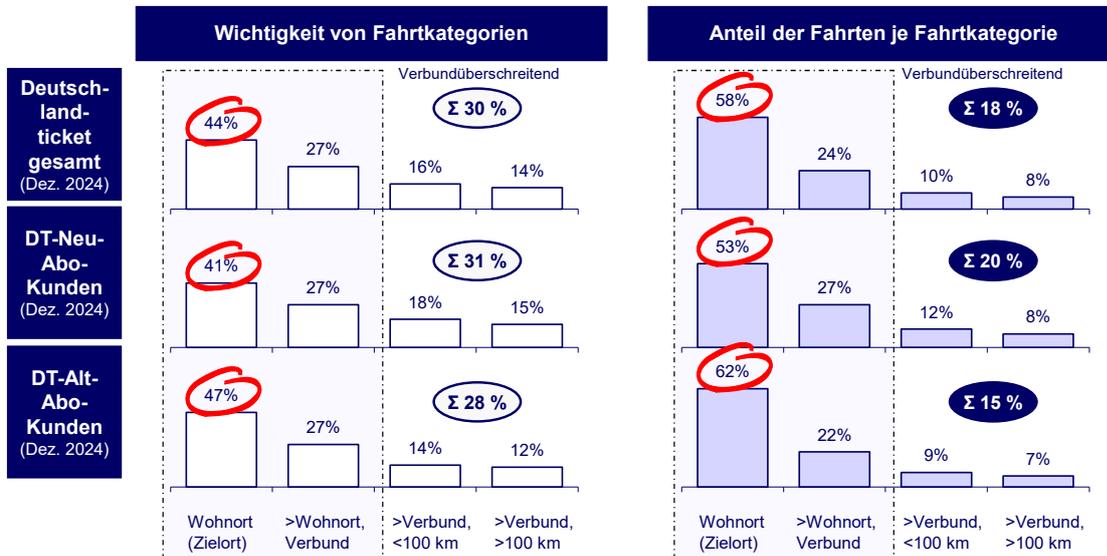
Zufriedenheit mit dem ÖPNV: Einzelaspekte	Alle Befragten % top-2-Werte	Alle Befragten % low-2-Werte	DT-Besitzer % top-2-Werte	DT-Besitzer % low-2-Werte
Preis-/Leistungs-Verhältnis (PLV)	18%	44%	38%	22%
Taktfrequenz	24%	34%	32%	23%
Pünktlichkeit und Zuverlässigkeit	25%	37%	29%	37%
Fahrkartensortiment	28%	22%	44%	10%
Linien- und Streckennetz	30%	30%	42%	19%
Schnelligkeit der Beförderung	31%	25%	40%	18%
Platzangebot im Fahrzeug	34%	20%	44%	23%
<b>ÖPNV insgesamt, also das gesamte Leistungsspektrum</b>	<b>25%</b>	30%	<b>35%</b>	23%

1) Bitte beurteilen Sie den ÖPNV an Ihrem Wohnort in Bezug auf die folgenden Aspekte. Skala von 1 = „vollkommen zufrieden“, 2 = „sehr zufrieden“, 3 = „zufrieden“, 4 = „weniger zufrieden“, 5 = „unzufrieden“.

Quelle: exeo Strategic Consulting AG

# In der Wahrnehmung erhalten Fahrten über die Verbundgrenzen ein höheres Gewicht, als es die Fahrtenanteile vermuten lassen

Relevanz von Fahrtkategorien bei Nutzung des Deutschlandtickets im Dez. 2024<sup>1)</sup>



1) Wenn Sie an das Deutschlandticket denken, welche Nutzung ist Ihnen besonders wichtig? Bitte verteilen Sie 100 Punkte nach Wichtigkeit auf die folgenden Kategorien? Die aus Ihrer Sicht wichtigste Nutzung sollte die meisten Punkte erhalten. Und Für wie viele einzelne Strecken haben Sie das Deutschlandticket im Dez. 2024 genutzt? Eine Fahrt ist jeweils eine Strecke (Hin- und Rückfahrt = 2 Fahrten).

Quelle: exeo Strategic Consulting AG

## Agenda

### Agenda

1. Zielsetzung und Methodik
2. Deutschlandticket-Nutzer und -Absatzpotenzial
3. Nutzung und Bewertung des Deutschlandtickets
4. Verkehrsmittelwahl und Fahrtenverlagerung
5. Preis-Absatz-Beziehung und Einnahmenwirkungen
6. Fazit und Ausblick

# Für 68 % der DT-Besitzer ist das DT ein guter Grund, das Auto stehen zu lassen – jeder zweite DT-Nutzer ist uninteressiert

## Dez. 2024: Statement-Bewertung zum Deutschlandticket (% der Befragten)<sup>1)</sup>

	Besitzer Deutschlandticket			Nicht-Besitzer Deutschlandticket*		
... ist <b>einfach</b> und <b>unkompliziert</b> zu kaufen.	79%	16%	6%	46%	34%	20%
... ist in seinen Bedingungen <b>klar</b> und <b>einfach</b> verständlich.	78%	16%	6%	51%	35%	14%
... hat eine akzeptable <b>Kündigungsfrist</b> .	73%	20%	7%	38%	40%	22%
... ist <b>insgesamt</b> ein sehr <b>attraktives</b> Angebot.	73%	21%	6%	40%	42%	19%
... gibt mir ein gutes Gefühl, weil ich den NV <b>jederzeit</b>	70%	23%	7%	42%	36%	23%
... ist ein preislich sehr <b>attraktives</b> Angebot.	69%	24%	8%	40%	33%	27%
... ist ein guter Grund, das <b>Auto stehen</b> zu lassen.	68%	21%	11%	32%	27%	41%
... veranlasst mich dazu, den ÖPNV <b>häufiger</b> zu <b>nutzen</b> als zuvor.	67%	21%	13%	22%	24%	54%
... verbessert meine <b>Zufriedenheit</b> mit dem ÖPNV.	56%	30%	14%	25%	36%	39%
... ist mir <b>egal</b> , ich fahre sowieso nicht mit dem ÖPNV.	19%	81%		47%	24%	30%

Zustimmung (top-2) Ablehnung (low-2) Zustimmung (top-2) Ablehnung (low-2)

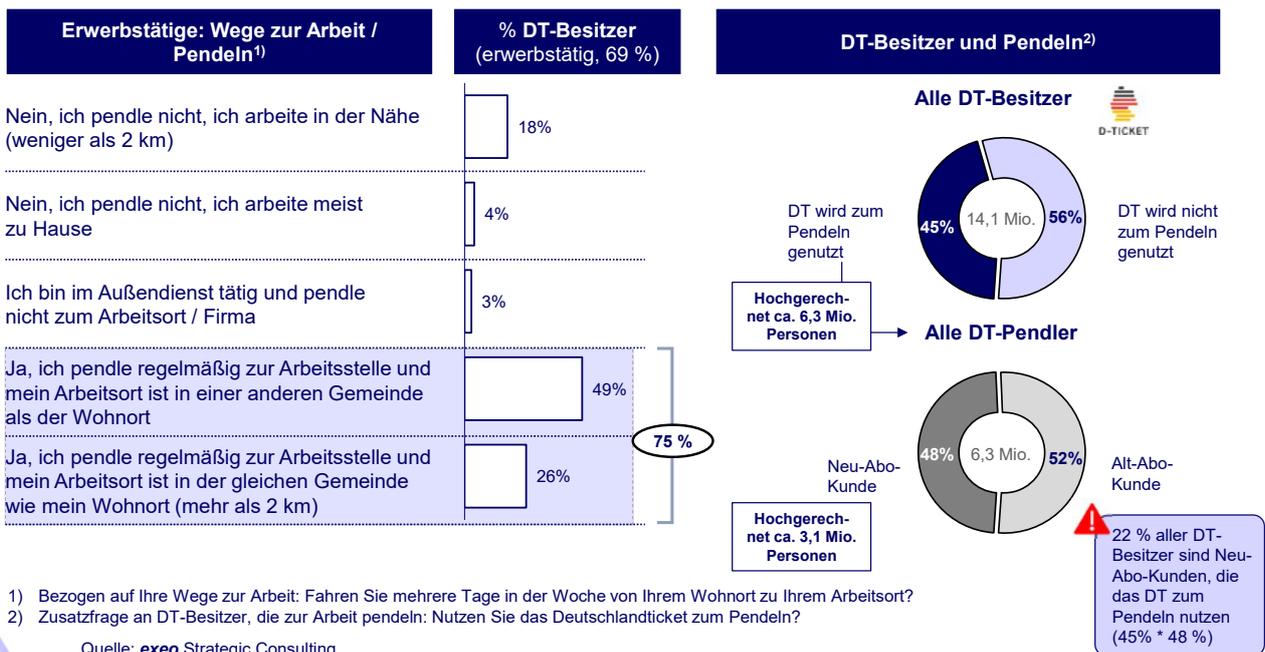
\* Ehemalige DT-Besitzer und Personen mit DT-Kaufabsicht.

1) Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zum Deutschlandticket zu? Bitte antworten Sie auf einer Skala von 1 bis 5. Dabei bedeutet 1 = „stimme voll und ganz zu“ und 5 = „stimme überhaupt nicht zu“. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Bewertung abstufen.

Quelle: **exeo** Strategic Consulting AG

## 45 % der Besitzer des Deutschlandtickets nutzen das Ticket zum Pendeln, davon sind 48 % Neu-Abo-Kunden (22 % aller DT-Besitzer)

### Nutzung des Deutschlandticket zum Pendeln



1) Bezogen auf Ihre Wege zur Arbeit: Fahren Sie mehrere Tage in der Woche von Ihrem Wohnort zu Ihrem Arbeitsort?  
2) Zusatzfrage an DT-Besitzer, die zur Arbeit pendeln: Nutzen Sie das Deutschlandticket zum Pendeln?

Quelle: **exeo** Strategic Consulting

# Relativ betrachtet ist die Veränderung der ÖPNV-Nutzung bei DT Neu-Abo-Kunden positiver als bei DT Alt-Abo-Kunden

ÖPNV-Nutzung vor und mit dem Deutschlandticket (% der Ticket-Käufer)<sup>1)</sup>

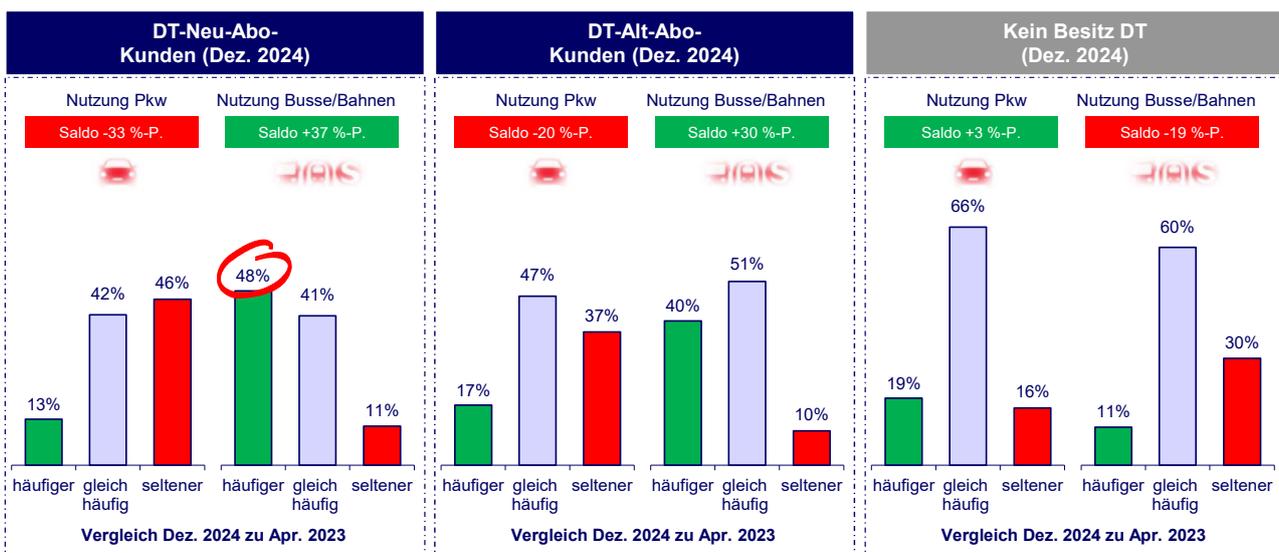
ÖPNV-Nutzung	DT Alt-Abo Jan.-Apr. 23	DT Alt-Abo Dez. 24	DT Neu-Abo Jan.-Apr. 23	DT Neu-Abo Dez. 24
(Fast) täglich	44%	41%	20%	21%
An 4 bis 5 Tagen in der Woche	26%	28%	17%	19%
An 1 bis 3 Tagen in der Woche	22%	24%	36%	42%
An 1 bis 3 Tagen im Monat	5%	5%	13%	12%
Seltener	2%	2%	10%	4%
Nie / grundsätzlich nicht / seit Corona eigentlich keine Nutzung	1%	0%	3%	0%
Weiß nicht / keine Angabe	Im Saldo leicht negative Veränderung für den ÖPNV - saisonale Effekte zu beachten		Im Saldo deutlich positive Veränderung für den ÖPNV - saisonale Effekte zu beachten	

1) Wenn Sie einmal an Dezember 2024 (Jan.-Apr. 2023) denken: Wie oft sind Sie in einer normalen Woche durchschnittlich mit den Bussen und (Straßen-/U-/S-/Regional-) Bahnen an Ihrem Wohnort bzw. im Gebiet Ihres Verkehrsverbunds gefahren?

Quelle: exeo Strategic Consulting AG

# Die Kunden mit dem Deutschlandticket sehen im Dez. 2024 deutlich mehr NV-Nutzung und weniger Pkw-Nutzung als im Apr. 2023

Verkehrsmittelnutzung Dez. 2024 vs. Apr. 2023 (% der Befragten)<sup>1)</sup>



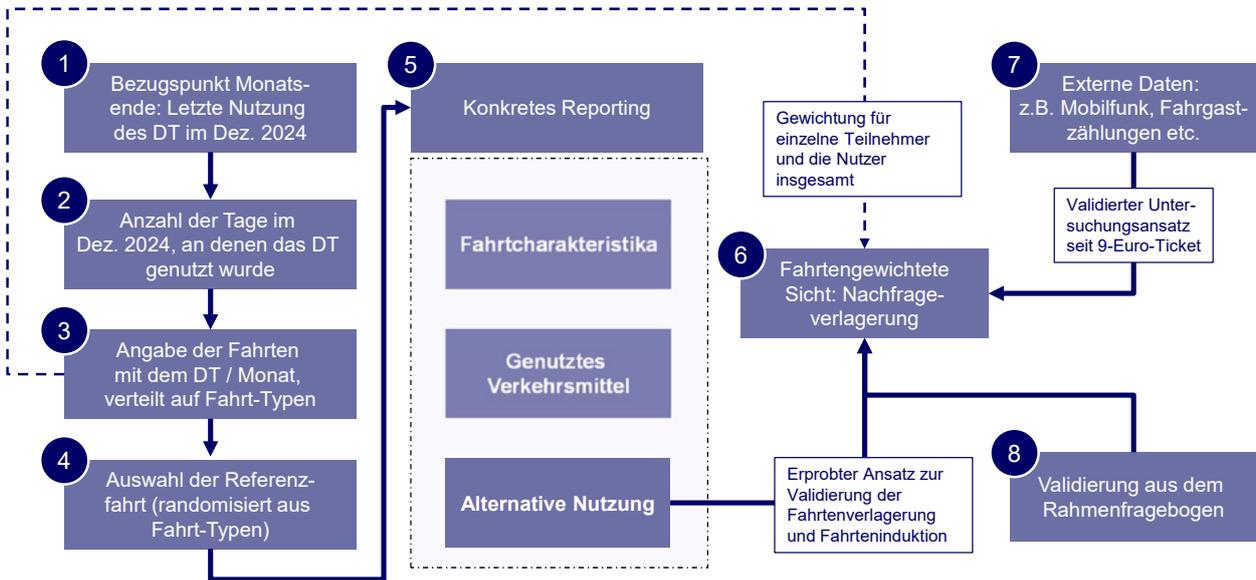
1) Wenn Sie an Ihre Mobilität im Dezember 2024 denken und diese mit dem April 2023 (vor dem Start des Deutschlandtickets) vergleichen: Wie haben Sie die folgenden Verkehrsmittel genutzt?

Quelle: exeo Strategic Consulting



# Die Zuordnung zufälliger Erhebungsstichtage im Interview ist Basis für eine valide Hochrechnung der Fahrteneffekte

## Ablauf zur Sicherstellung einer typischen DT-Nutzung und validen Hochrechnung von Nachfragewirkungen



Quelle: exeo Strategic Consulting

## Im Vergleich zu den Vormessungen ist die Nachfrageverlagerung vom Pkw erhöht – 13 % der DT-Fahrten sind substituierte Pkw-Fahrten

### Nutzung des Deutschlandtickets: Fahrten im Dez. 24, Jul. 24 und im Sep. 23 (% der Fahrten)<sup>1)</sup>

Alternative zum Deutschlandticket (gestützte Abfrage)	Besitz DT Dez. 2024	Besitz DT Jul. 2024	Besitz DT Sep. 2023
Ich hätte die Fahrt mit denselben Verkehrsmitteln (ÖPNV/Bahn) unternommen, nur mit einem anderen Ticket.	79%	79%	85%
Ich hätte die Fahrt mit dem Pkw unternommen. $\varnothing$ 28,3 km*	13,1%	11,4%	10,7%
Ich hätte die Fahrt mit der Bahn im Fernverkehr (IC/EC/ICE oder anderer Fernverkehrszug) unternommen.	<1%	<1%	<1%
Ich hätte die Fahrt mit einem Fernlinienbus / Reisebus unternommen.	<1%	<1%	<1%
Ich hätte die Fahrt mit dem Flugzeug unternommen.	<1%	<1%	<1%
Ich hätte die Fahrt mit dem Fahrrad unternommen.	1%	2%	1%
Ich hätte die Fahrt mit einem sonstigen Verkehrsmittel (E-Scooter etc.) unternommen.	<1%	<1%	<1%
Ich wäre zu Fuß gegangen.	2%	4%	0%
Ich hätte die Fahrt gar nicht unternommen.	5%	3%	3%

	Dez. 2024	Jul. 2024	Sep. 2023
Mehrverkehr:	21 %	21 %	15 %
Zugewinn:	27 %	26 %	18 %

\* Mittelwert aus Studien (Dez. 2024 und Jul. 2024).

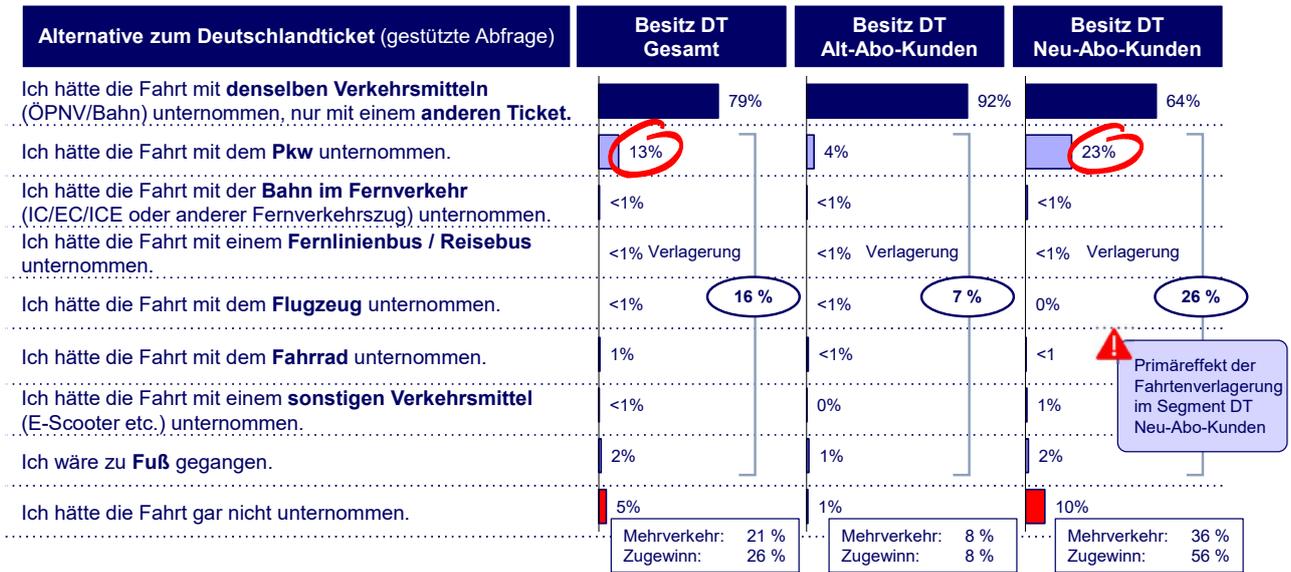
1) Bezogen auf Ihre letzte Nutzung des Deutschlandtickets: Was hätten Sie gemacht, wenn Sie das Deutschlandticket nicht besessen hätten? Validierung über Hintergrund-Informationen; Gewichtung anhand der Nutzungstage je Monat.

Quelle: exeo Strategic Consulting AG



**Im Zeitraum Dez. 2024 werden bei DT Neu-Abo-Kunden 23 % der Fahrten vom Pkw auf den NV verlagert – im Mittel sind es 13 %**

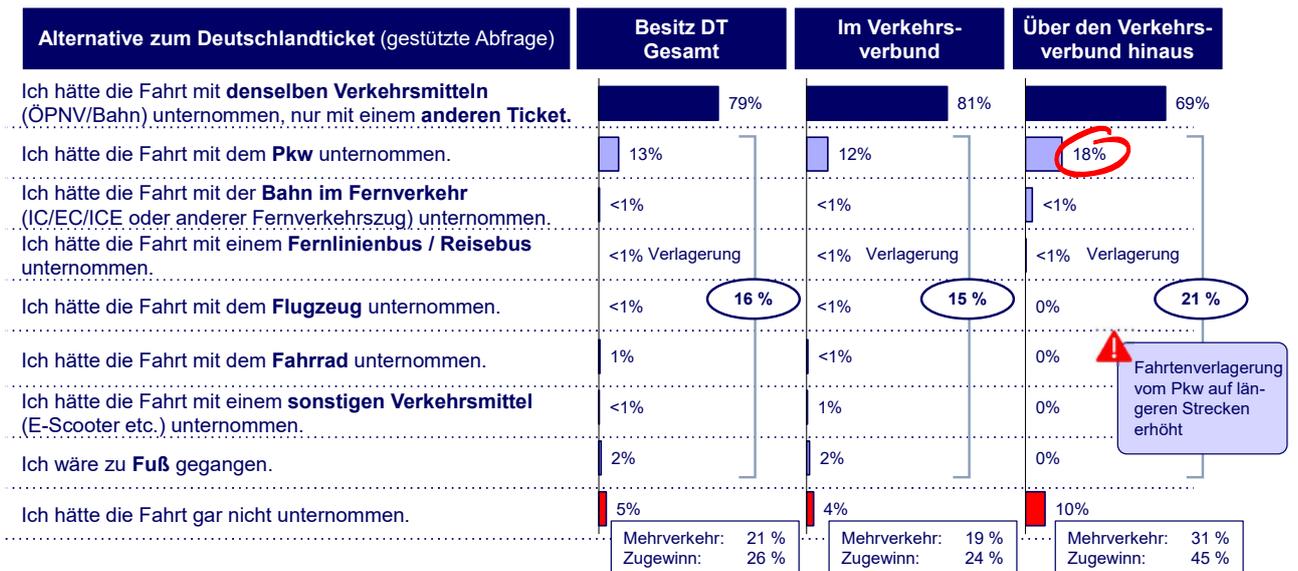
**Nutzung des Deutschlandtickets: Fahrten im Dez. 24 nach Teilsegment (% der Fahrten)<sup>1)</sup>**



1) Bezogen auf Ihre letzte Nutzung des Deutschlandtickets: Was hätten Sie gemacht, wenn Sie das Deutschlandticket nicht besessen hätten?  
Validierung über Hintergrund-Informationen; Gewichtung anhand der Nutzungstage je Monat.  
Quelle: **exeo** Strategic Consulting AG

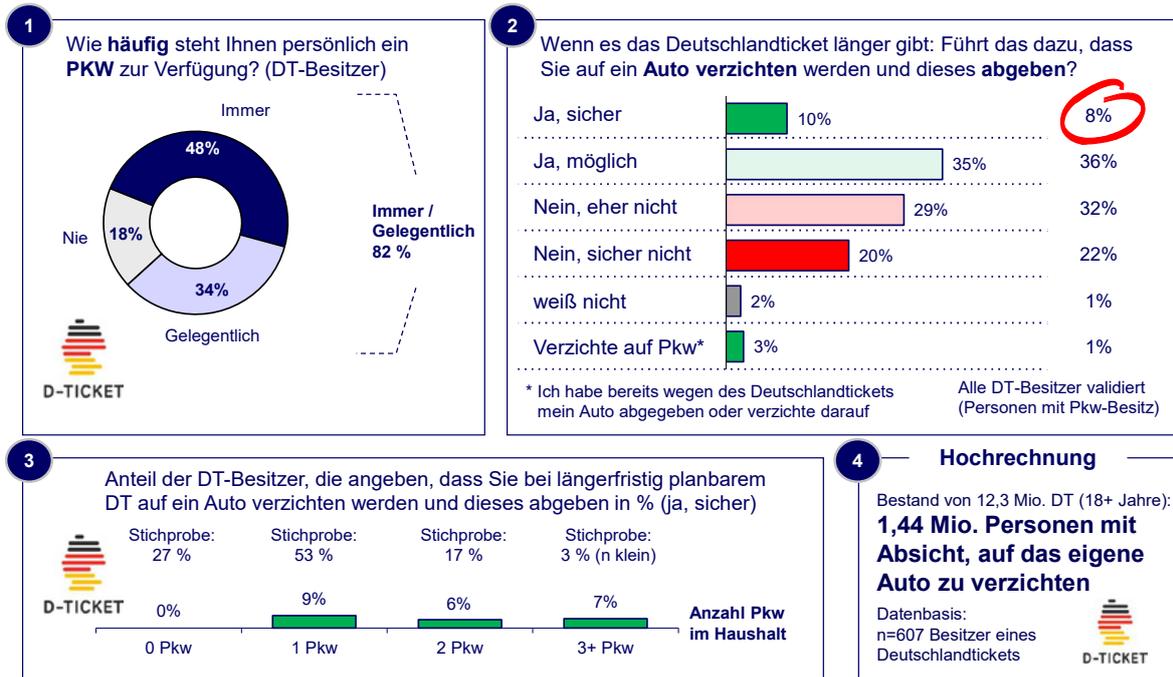
**Im Zeitraum Dez. 2024 ist der Pkw-Verlagerungseffekt bei Fahrten außerhalb des Verkehrsverbundes größer als im Verkehrsverbund**

**Nutzung des Deutschlandtickets: Fahrten im Dez. 24 nach Teilsegment (% der Fahrten)<sup>1)</sup>**



1) Bezogen auf Ihre letzte Nutzung des Deutschlandtickets: Was hätten Sie gemacht, wenn Sie das Deutschlandticket nicht besessen hätten?  
Validierung über Hintergrund-Informationen; Gewichtung anhand der Nutzungstage je Monat.  
Quelle: **exeo** Strategic Consulting AG

# Das Deutschlandticket verfügt über das Potenzial, den Pkw-Bestand in Deutschland signifikant zu reduzieren



Quelle: exeo Strategic Consulting

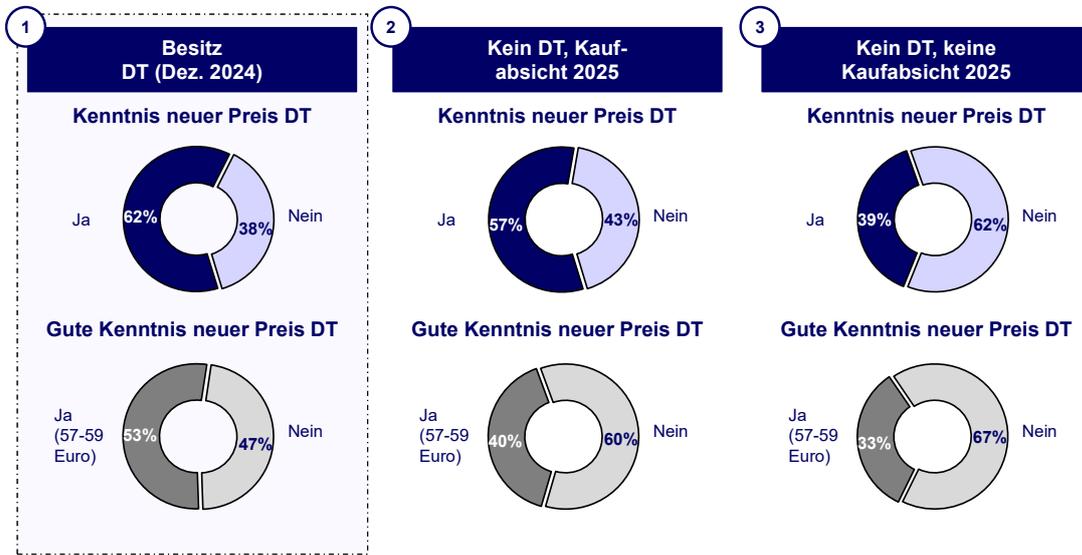
## Agenda

### Agenda

1. Zielsetzung und Methodik
2. Deutschlandticket-Nutzer und -Absatzpotenzial
3. Nutzung und Bewertung des Deutschlandtickets
4. Verkehrsmittelwahl und Fahrtenverlagerung
5. Preis-Absatz-Beziehung und Einnahmenwirkungen
6. Fazit und Ausblick

# 62 % der DT-Besitzer geben Ende Dez. 2024 an, dass Sie den ab 1.1.2025 gültigen DT-Preis kennen – 53 % kennen den Preis relativ genau

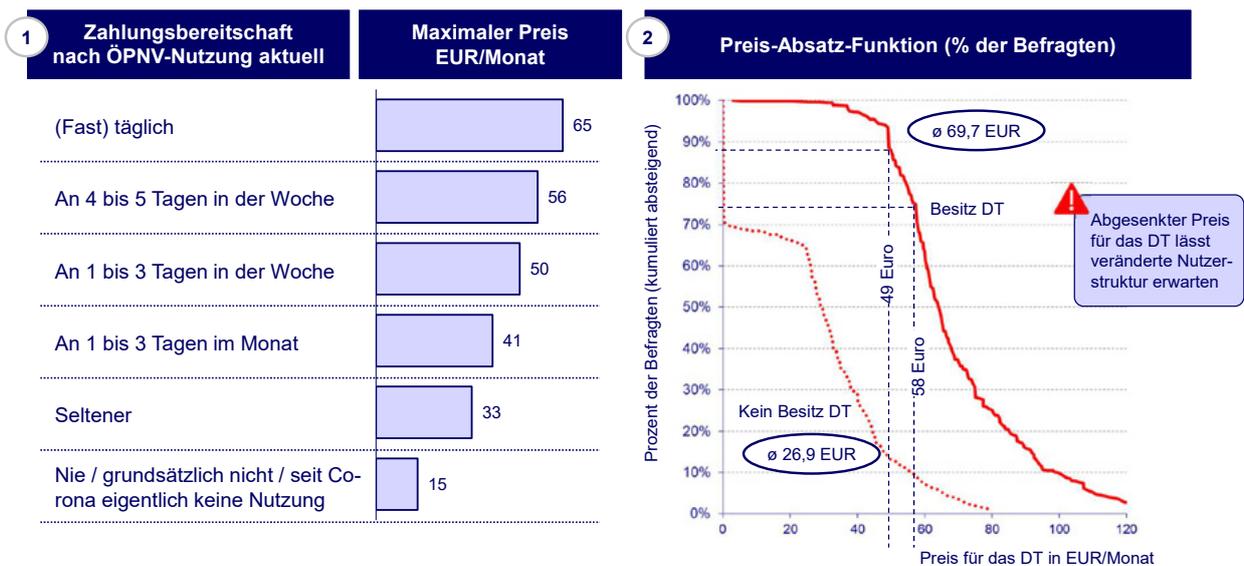
## Kenntnis des neuen regulären Preises für das Deutschlandticket ab 1.1.2025 (58 Euro)<sup>1)</sup>



1) Können Sie den ab 1.1.2025 gültigen Preis des regulären Deutschlandtickets?  
Quelle: exeo Strategic Consulting

## Die Zahlungsbereitschaft für das Deutschlandticket wird bestimmt durch die aktuelle ÖPNV-Nutzungsintensität

### Zahlungsbereitschaft für das Deutschlandticket – nach Nutzungsintensität im ÖPNV und Verteilung<sup>1)</sup>

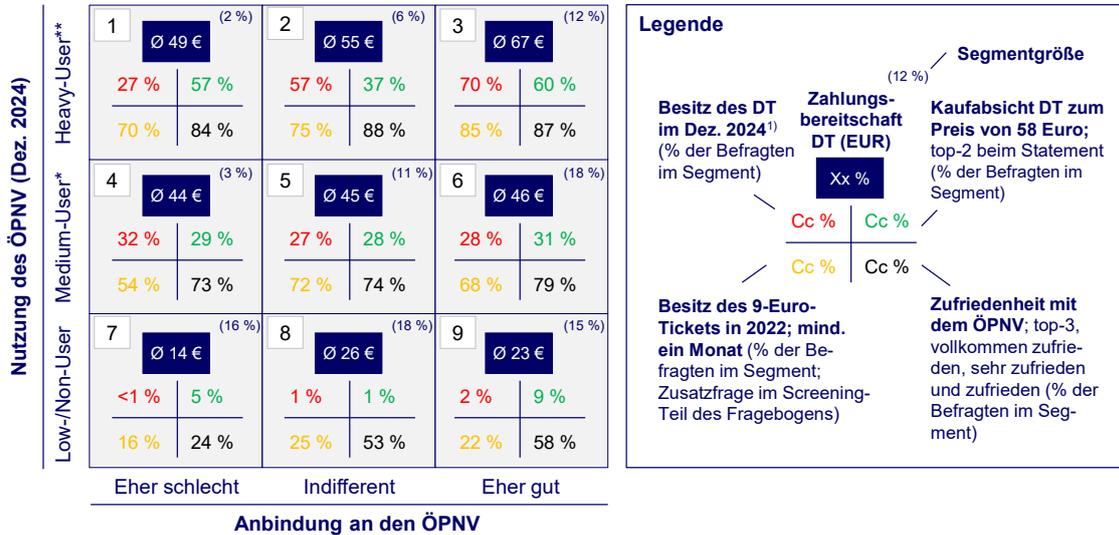


1) Wenn Sie einmal Dezember 2024 denken: Wie oft sind Sie in einer normalen Woche durchschnittlich mit den Bussen und (Straßen-/U-/S-/Regional-)Bahnen an Ihrem Wohnort bzw. im Gebiet Ihres Verkehrsverbunds gefahren? Zahlungsbereitschaften per PSM Plus-Ansatz gemessen und validiert.

Quelle: exeo Strategic Consulting

# Die Zahlungsbereitschaft für das Deutschlandticket wird durch die ÖPNV-Nutzungsintensität und die subjektive Anbindung bestimmt

## Zahlungsbereitschaft für das Deutschlandticket nach Nutzungsintensität im ÖPNV und subjektiver Anbindung

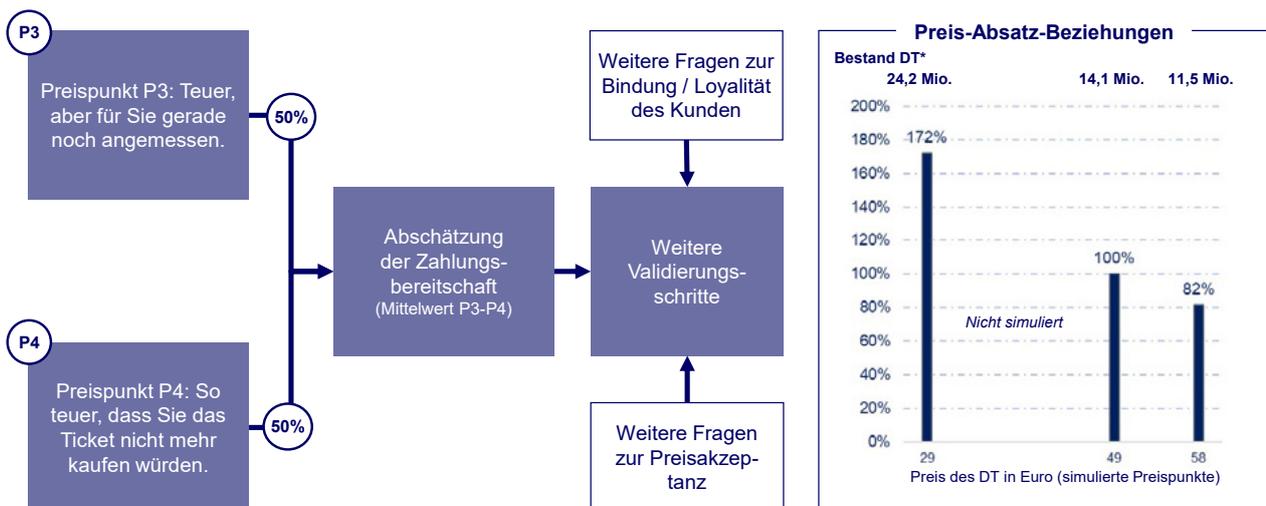


\* Mindestens monatliche Nutzung (max. 3 Tage pro Woche)  
\*\* 4 und mehr Tage Nutzung pro Woche

Quelle: exeo Strategic Consulting AG

## Bei einem Preis von 29 Euro ist ein DT-Bestand von ca. 24 Mio. Stück erwartbar – Abschätzung über die Methodik „PSM Plus“

### Messung der Zahlungsbereitschaften und Preis-Absatz-Beziehung beim Deutschlandticket



\* Jahressicht: Ø Monat.

# Das DT zu 29 Euro erreicht nicht nur einen höheren Bestand, sondern die Nutzer sind auch strukturell unterschiedlich zu den aktuellen DT-Besitzern

## Strukturunterschiede bei unterschiedlichen Preis-Zielgruppen

Charakteristika		Zahlungsbereitschaft 29+ Euro*	Zahlungsbereitschaft 49+ Euro	Zahlungsbereitschaft 58+ Euro
Altersklasse	18 bis 29 Jahre	22%	25%	25%
	30 bis 59 Jahre	48%	55%	55%
	60 Jahre+	30%	20%	20%
Wohnortgröße	< 10.000 Einwohner	22%	17%	16%
	10.000 bis < 100.000 Einw.	43%	43%	41%
	100.000+ Einwohner	35%	40%	43%
ÖPNV-Nutzung (Jan.-Apr.2023)	Heavy-User (4+ Tage pro Woche)	30%	42%	47%
	Medium-Nutzer (mind. monatlich)	36%	39%	38%
	Nicht- oder Selten-Nutzer	34%	19%	16%
Bahn Nutzung (Jan.-Apr.2023)	Heavy-User (mind. wöchentlich)	22%	32%	35%
	Medium-Nutzer (mind. selten)	52%	55%	54%
	Nicht-Nutzer	25%	13%	11%
Kunden-segment*	DT-Neu-Abo-Kunden**	75%	62%	57%
	DT-Alt-Abo-Kunden	26%	38%	43%

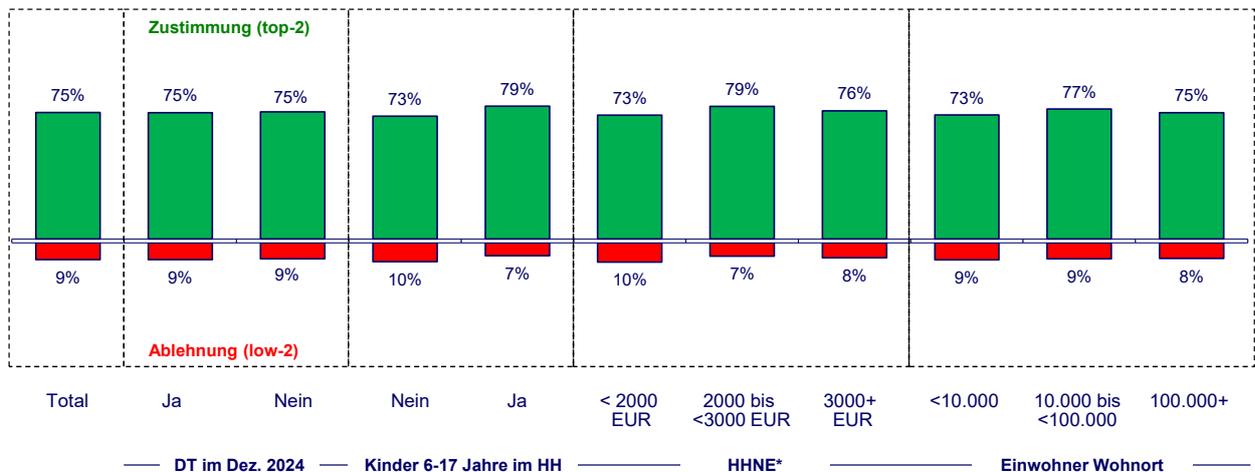
\* Personen, die 29 Euro (Preis der Zielgruppe) und mehr für das DT zu zahlen bereit sind.  
 \*\* Kein Besitz einer NV-Monats- oder -Jahreskarte im Abonnement.

**Interpretationshilfe:** Personen, die 29 Euro und mehr für das DT zu zahlen bereit sind, wohnen zu 35 % in Orten mit mindestens 0,1 Mio. Einwohnern

Quelle: exeo Strategic Consulting AG

## 75 % der Befragten halten das kostenlose Deutschlandticket für Schülerinnen und Schüler für eine gute Idee (9 % Ablehnung)

### Statement-Bewertung: „Das kostenlose Deutschlandticket für Schülerinnen und Schüler ... halte ich für eine gute Idee“<sup>(1)</sup>



\* Haushaltsnettoeinkommen pro Monat (Einkommen nach Abzug von Steuern und Abgaben? Bitte zählen Sie das Einkommen aller Personen im Haushalt zusammen)

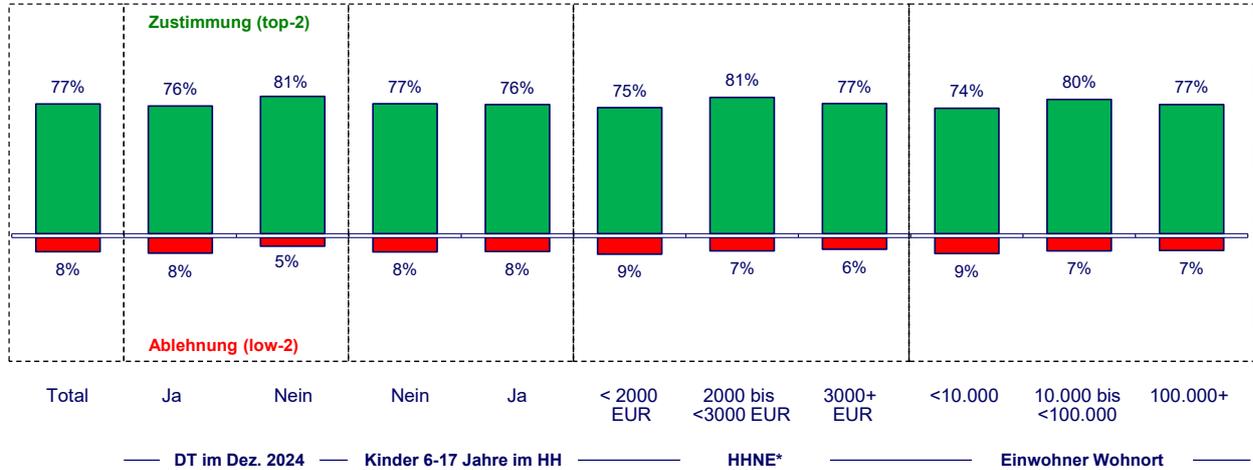
1) Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zum Deutschlandticket für Schülerinnen und Schüler zu? Bitte antworten Sie auf einer Skala von 1 bis 5. Dabei bedeutet 1 = „stimme voll und ganz zu“ und 5 = „stimme überhaupt nicht zu“. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Bewertung abtufen:

Quelle: exeo Strategic Consulting



## 77 % der Befragten halten das kostenlose Schüler-DT für eine gute Entlastungsmaßnahme für Familien (8 % Ablehnung)

Statement-Bewertung: „Das kostenlose Deutschlandticket für Schülerinnen und Schüler ... führt zu deutlichen finanziellen Entlastungen für Familien mit Schulkindern“<sup>(1)</sup>



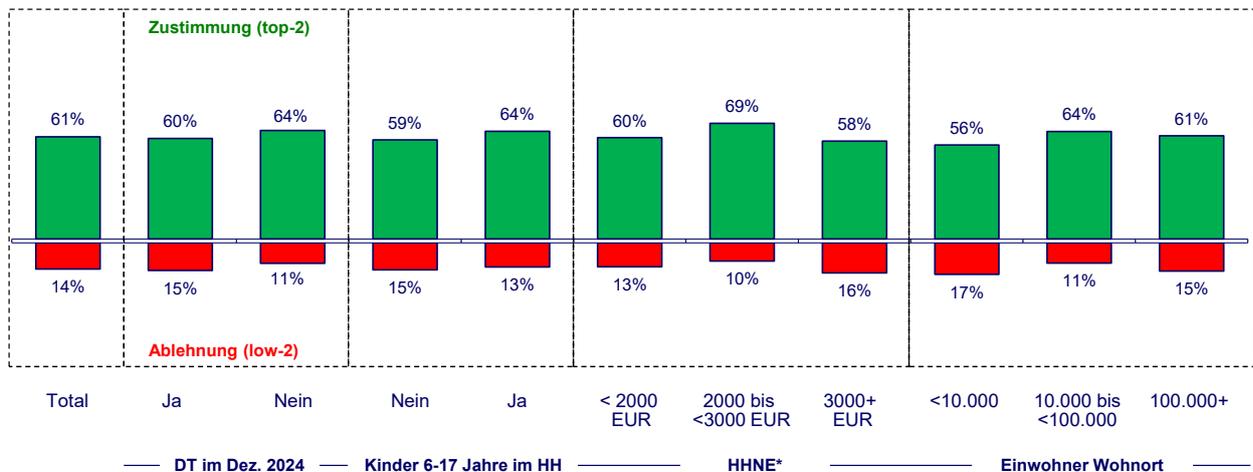
\* Haushaltsnettoeinkommen pro Monat (Einkommen nach Abzug von Steuern und Abgaben? Bitte zählen Sie das Einkommen aller Personen im Haushalt zusammen)

1) Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zum Deutschlandticket für Schülerinnen und Schüler zu? Bitte antworten Sie auf einer Skala von 1 bis 5. Dabei bedeutet 1 = „stimme voll und ganz zu“ und 5 = „stimme überhaupt nicht zu“. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Bewertung abstufen:

Quelle: exeo Strategic Consulting

## 61 % der Befragten sehen im kostenlosen Schüler-DT eine Möglichkeit, den Schulweg sicherer zu machen (14 % Ablehnung)

Statement-Bewertung: „Das kostenlose Deutschlandticket für Schülerinnen und Schüler ... macht den Schulweg für Kinder sicherer“<sup>(1)</sup>



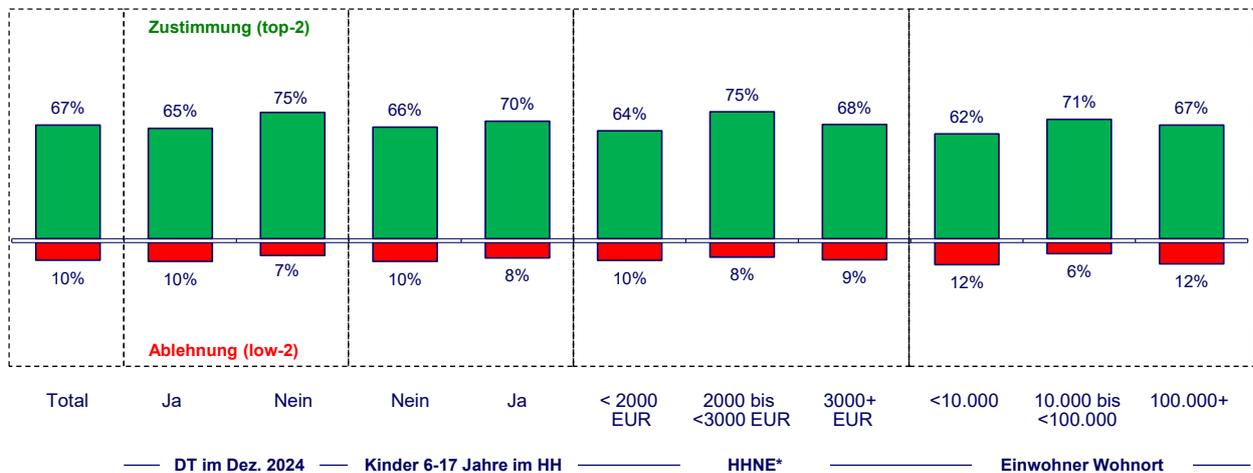
\* Haushaltsnettoeinkommen pro Monat (Einkommen nach Abzug von Steuern und Abgaben? Bitte zählen Sie das Einkommen aller Personen im Haushalt zusammen)

1) Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zum Deutschlandticket für Schülerinnen und Schüler zu? Bitte antworten Sie auf einer Skala von 1 bis 5. Dabei bedeutet 1 = „stimme voll und ganz zu“ und 5 = „stimme überhaupt nicht zu“. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Bewertung abstufen:

Quelle: exeo Strategic Consulting

## 67 % der Befragten sehen im kostenlosen Schüler-DT einen Grund für den Kauf des Deutschlandtickets durch die Eltern (10 % Ablehnung)

Statement-Bewertung: „Das kostenlose Deutschlandticket für Schülerinnen und Schüler ... ist für die Eltern ein Grund, das Deutschlandticket zu kaufen“<sup>(1)</sup>



\* Haushaltsnettoeinkommen pro Monat (Einkommen nach Abzug von Steuern und Abgaben? Bitte zählen Sie das Einkommen aller Personen im Haushalt zusammen)

1) Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zum Deutschlandticket für Schülerinnen und Schüler zu? Bitte antworten Sie auf einer Skala von 1 bis 5. Dabei bedeutet 1 = „stimme voll und ganz zu“ und 5 = „stimme überhaupt nicht zu“. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Bewertung abstufen:

Quelle: exeo Strategic Consulting

## Agenda

### Agenda

1. Zielsetzung und Methodik
2. Deutschlandticket-Nutzer und -Absatzpotenzial
3. Nutzung und Bewertung des Deutschlandtickets
4. Verkehrsmittelwahl und Fahrtenverlagerung
5. Preis-Absatz-Beziehung und Einnahmenwirkungen
6. Fazit und Ausblick

## Kernergebnisse der Studie – Entscheidung für das Deutschlandticket

---

### Fazit 1

- **Subjektive Anbindung an den ÖPNV:** 22 % der Befragten fühlen sich persönlich schlecht oder sehr schlecht an den Nahverkehr angebunden – die PKW-Verfügbarkeit ist in diesem Fall relativ hoch

### Fazit 2

- **Aktuelle Nutzer des Deutschlandtickets:** 21 % der Befragten sind im Dez. 2024 Besitzer des Deutschlandtickets – weitere 15 % planen den Ticketkauf für mindestens einen Monat in 2025

### Fazit 3

- **Regionale Perspektive:** Der Anteil der DT-Nutzer variiert in Abhängigkeit von der Größe des Wohnortes – etwa die Hälfte der DT-Besitzer wohnt in der Großstadt

### Fazit 4

- **Aktivierung von ÖPNV-Selten-/Nichtnutzern:** Etwa 8 % der aktuellen Nutzer des Deutschlandtickets waren bisher Selten-/Non-User des ÖPNV – 35 % in der Gruppe DT-Kaufabsicht

### Fazit 5

- **Preis des DT:** Etwa ein Drittel der Befragten in der Kernzielgruppe nutzen ein Deutschlandticket zu einem ermäßigten Preis

Quelle: **exeo** Strategic Consulting AG

## Kernergebnisse der Studie – Nutzung und Bewertung des Deutschlandtickets

---

### Fazit 6

- **Ausgabenveränderung:** Bei ca. 40 % der DT-Besitzer steigen die Einnahmen für den ÖPNV im Vergleich zur Situation vor DT (Mai 2023) oder bleiben gleich

### Fazit 7

- **Nutzung des DT:** Das Deutschlandticket wird überwiegend für die Nutzung des ÖPNV im Nahbereich genutzt – 57 % der Fahrten am Wohnort (Zielort)

### Fazit 8

- **Akzeptanz des DT:** 71 % der Befragten bewerten das Deutschlandticket grundsätzlich als eine gute Sache – Unterstützung über alle Parteien hinweg

### Fazit 9

- **Preissenkung beim DT:** 54 % der Befragten befürworten, das Deutschlandticket im Preis stark abzusenken – Unterstützung über alle Parteien hinweg

### Fazit 10

- **Zufriedenheit mit dem DT:** 8 % der Nutzer des DT sind im Dez. 2024 mit der letzten Fahrt insgesamt weniger zufrieden / unzufrieden – 28 % unzufrieden mit der Pünktlichkeit

Quelle: **exeo** Strategic Consulting AG

## Kernergebnisse der Studie – Verkehrsmittelwahl und Fahrtenverlagerung

---

### Fazit 11

- **Pendler:** 45 % der Besitzer des Deutschlandtickets nutzen das Ticket zum Pendeln, davon sind 48 % Neu-Abo-Kunden (22 % aller DT-Besitzer)

### Fazit 12

- **Fahrtenverlagerung:** Im Dez. 2024 werden bei Neu-Abonnenten mit Deutschlandticket 23 % der DT-Fahrten vom Pkw auf den NV verlagert – im Mittel über alle DT-Besitzer 13 % der Fahrten

### Fazit 13

- **Mehrverkehr:** Überdurchschnittlich hohe Mehrverkehrsquoten betreffen DT-Fahrten, die über das Verbundgebiet hinausgehen

### Fazit 14

- **Effekt Pkw-Bestand:** Das Deutschlandticket verfügt über das Potenzial, den Pkw-Bestand in Deutschland signifikant zu reduzieren (ca. 1,4 Mio. Pkw)

### Fazit 15

- **DT und Auto:** Für 68 % der DT-Besitzer ist das Deutschlandtickets ist ein guter Grund, das Auto stehen zu lassen

Quelle: **exeo** Strategic Consulting AG

## Kernergebnisse der Studie – Absatzpotenzial und kostenloses DT für Schüler

---

### Fazit 16

- **Kenntnis DT-Preis 58 Euro:** 62 % der DT-Besitzer geben Ende Dez. 2024 an, dass Sie den ab 1.1.2025 gültigen DT-Preis kennen – 53 % kennen den Preis relativ genau

### Fazit 17

- **Zahlungsbereitschaft:** Die Zahlungsbereitschaft für das Deutschlandticket wird bestimmt durch die aktuelle ÖPNV-Nutzungsintensität - validiert sind es Ø 69,70 EUR (im Segment DT-Besitzer)

### Fazit 18

- **DT-Bestand beim Preis von 29 Euro:** Bei einem Preis von 29 Euro ist ein DT-Bestand von ca. 24 Mio. Stück erwartbar, also etwa 70 % mehr als mit einem Preis von 49 Euro

### Fazit 19

- **Segmentsicht:** Das DT zu 29 Euro erreicht nicht nur einen höheren Bestand, sondern die Nutzer sind auch strukturell unterschiedlich zu den aktuellen DT-Besitzern

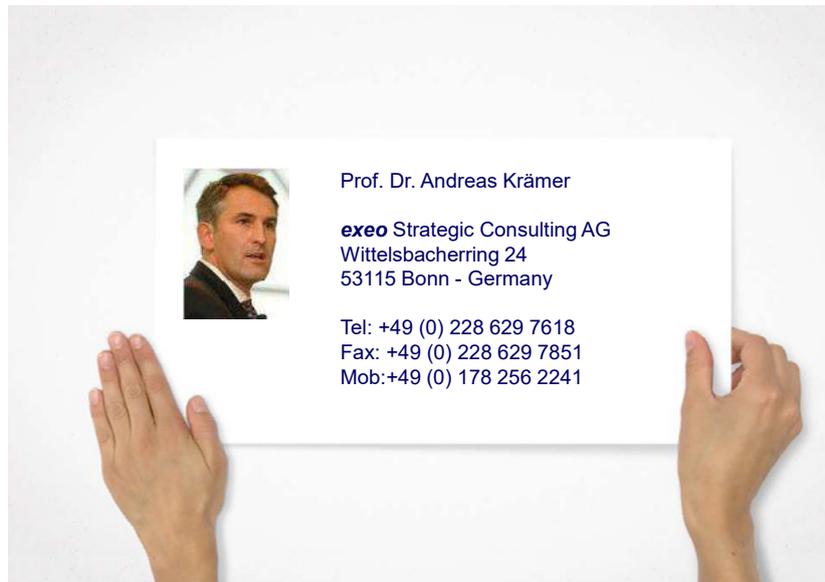
### Fazit 20

- **Kostenloses DT für Schüler:** Etwa 75 % der Befragten halten das kostenlose Deutschlandticket Schülerinnen und Schüler für eine gute Idee (9 % Ablehnung)

Quelle: **exeo** Strategic Consulting AG

## Fachlicher Ansprechpartner für die Studie

---



Quelle: exeo Strategic Consulting AG

---

