

Deutschlandticket: Treiber der Mobilitätswende?

Eine repräsentative Umfrage

In Kooperation mit:

Impressum

Kontakt

Fraunhofer-Allianz Verkehr

c/o Fraunhofer-Institut für Materialfluss und Logistik IML
Regina Demtschenko
Joseph-von-Fraunhofer-Str. 2-4
44227 Dortmund
regina.demtschenko@iml.fraunhofer.de
info@verkehr.fraunhofer.de

mit Ihren Instituten:

Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation IAO,
Mobilitäts- und Innovationssysteme, Mobility Ecosystems
Fraunhofer-Institut für Materialfluss und Logistik IML,
Projektzentrum Verkehr, Mobilität und Umwelt

Hauptautoren:

Nicolaj Motzer, Fraunhofer IAO
Carolin Hamel, Fraunhofer IAO
David Agola, Fraunhofer IAO
Jana Riedel, Fraunhofer IAO
Nicole Wagner-Hanl, Fraunhofer IML
Henrik Stein, Fraunhofer IML

Bildquelle Titelbild:

© Adobe Stock, PHDJ

Inhalt

Impressum	2
Abbildungsverzeichnis	4
Abkürzungsverzeichnis	6
Kurzüberblick – Kernergebnisse der Studie	7
1. Einleitung: Das Deutschlandticket	8
1.1. Ursprung des Deutschlandtickets	8
1.2. Steckbrief Deutschlandticket	9
1.3. Ausnahmen und Tarifunterschiede	9
2. Stand der Forschung	11
3. Ziel der Studie und Methodik	12
4. Ergebnisse und Diskussion	14
4.1. Allgemeines zum Deutschlandticket	14
4.2. Wer nutzt das Deutschlandticket, wer nicht?	21
4.3. Auswirkungen und Nachhaltigkeitseffekte	30
5. Fazit und Ausblick	34
6. Literaturverzeichnis	36

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Steckbrief Deutschlandticket	9
Abbildung 2: Beispiele für Abweichungen des Deutschlandtickets vom Basistarif im August 2023	10
Abbildung 3: Ziel- und Themenblöcke	12
Abbildung 4: Deutschlandticket-Besitz nach Monaten	14
Abbildung 5: 9-Euro-Ticket-Besitz der Deutschlandticket-Nutzenden	15
Abbildung 6: Zufriedenheit mit Tickets	16
Abbildung 7: Typ Deutschlandticket	17
Abbildung 8: Erwerb Deutschlandticket	17
Abbildung 9: Top-5 Nutzungsgründe des Deutschlandtickets	18
Abbildung 10: Nutzungszwecke Deutschlandticket	19
Abbildung 11: Nutzungsbarrieren und Verbesserungsvorschläge	19
Abbildung 12: Preiseinschätzung Deutschlandticket	20
Abbildung 13: Vergleich Geschlecht Nutzende vs. Nicht-Nutzende	21
Abbildung 14: Vergleich Altersverteilung Nutzende vs. Nicht-Nutzende	22
Abbildung 15: Vergleich Bildungsabschlüsse Nutzende vs. Nicht-Nutzende	23
Abbildung 16: Vergleich Beruf Nutzende vs. Nicht-Nutzende	23
Abbildung 17: Vergleich Haushaltsnettoeinkommen Nutzende vs. Nicht-Nutzende	24
Abbildung 18: Vergleich Haushaltsgröße Nutzende vs. Nicht-Nutzende	25
Abbildung 19: Übersicht Persönlichkeitsmerkmale Nutzende vs. Nicht-Nutzende ..	26

Abbildung 20: Mittelwertdifferenz MDiff Persönlichkeitsmerkmale Nutzende vs. Nicht-Nutzende	27
Abbildung 21: ÖPNV-Nutzungshäufigkeit Nutzende vs. Nicht-Nutzende	28
Abbildung 22: Pkw-Besitz und -Nutzungshäufigkeit Nutzende vs. Nicht-Nutzende ..	28
Abbildung 23: Abhängigkeit vom Pkw Nutzende vs. Nicht-Nutzende	29
Abbildung 24: Wohnort Nutzende vs. Nicht-Nutzende	29
Abbildung 25: Wirkungskette Deutschlandticket	30
Abbildung 26: ÖPNV-Nutzung seit Deutschlandticket-Besitz	30
Abbildung 27: Top-3 substituierte Verkehrsmittel	31
Abbildung 28: Substituierte Fahrten pro Woche	32
Abbildung 29: Geografische Erweiterung durch das Deutschlandticket	32

Abkürzungsverzeichnis

A

AboAbonnement
ANOVA Varianzanalyse

C

CO₂ Kohlenstoffdioxid

H

HHNEK Haushaltsnettoeinkommen

I

IAOFraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation IAO
IML Fraunhofer-Institut für Materialfluss und Logistik IML

M

MIV motorisierter Individualverkehr

O

ÖPNV Öffentlicher Personennahverkehr

P

S-Bahn Schnellbahn

S

PkwPersonenkraftwagen

U

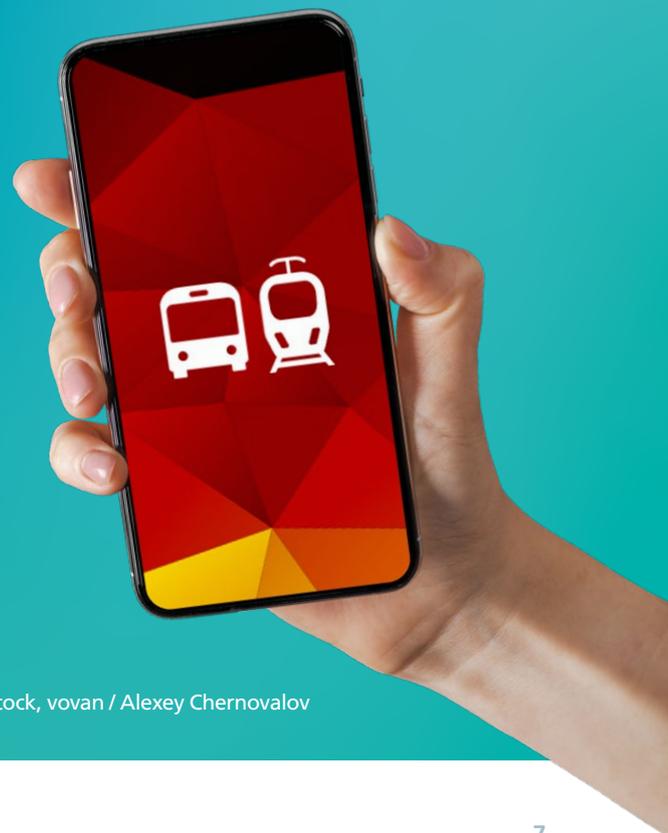
U-Bahn Untergrundbahn

V

VDV Verband Deutscher Verkehrsunternehmen

Kurzüberblick – Kernergebnisse der Studie

- Ein Drittel der Bevölkerung in Deutschland nutzte das Deutschlandticket in den ersten vier Monaten mindestens einen Monat lang – im Juni 2023 herrschte Hochkonjunktur.
- Die Vorgeschichte des 9-Euro-Tickets bildet die Grundlage für eine hohe Zufriedenheit und Akzeptanz des Deutschlandtickets.
- Das Deutschlandticket als Digitalisierungstreiber des Öffentlichen Personennahverkehrs (ÖPNV)? Am häufigsten wird das Ticket in digitaler Form genutzt.
- Erfolgsfaktor »Abonnementmodell« – Basisfunktionen plus deutschlandweite Gültigkeit bringen das Deutschlandticket in den Alltag.
- Zu hoher Preis für zu wenig ÖPNV? Leidet das Deutschlandticket unter einem ÖPNV-Leistungsproblem? Grundlegende ÖPNV-Schwächen werden auch durch das Deutschlandticket nicht kompensiert.
- 49 Euro – das »richtige« Preisschild der Mobilitätswende? Die Zahlungsbereitschaft unterscheidet sich stark zwischen Nutzenden und Nicht-Nutzenden.
- Geschlecht und Alter: Die Deutschlandticket-Nutzung ist nicht vom Geschlecht abhängig, das Alter spielt jedoch eine Rolle: Nutzende sind eher jung, während Nicht-Nutzende größtenteils über 54 Jahre alt sind.
- Lebenssituation: Während Nutzende durchschnittlich einen höheren Bildungsstand aufweisen und in Vollzeit arbeiten, sind Nicht-Nutzende häufig im Ruhestand, leben in Zwei-Personen-Haushalten und haben ein geringeres Einkommen.
- Persönlichkeit: Hohes Umweltbewusstsein und Identifikation als ÖPNV-Fahrer:in unter den Deutschlandticket-Nutzenden.
- Mobilitätsverhalten: Deutschlandticket-Nutzende fahren mindestens einmal wöchentlich mit dem ÖPNV. Nicht-Nutzende sind Pkw-abhängiger und zum Teil ÖPNV-Verweigerer:innen.
- Das Deutschlandticket wirkt: 46 Prozent der befragten Deutschlandticket-Nutzenden nutzen den ÖPNV häufiger als vor Ticket-Besitz.
- Das Deutschlandticket fungiert als Instrument zur (Pkw-)Substitution.
- In einer durchschnittlichen Woche ersetzen die Deutschlandticketnutzenden mehr als eine Fuß- bzw. Fahrradstrecke pro Tag durch den ÖPNV.
- Deutschlandweite Gültigkeit – wichtig, aber selten genutzt.



© Adobe Stock, vovan / Alexey Chernovalov

1. Einleitung: Das Deutschlandticket

1.1. Ursprung des Deutschlandtickets

Das Deutschlandticket wurde zum 1. Mai 2023 als Nachfolger des zwischen Juni und August 2022 geltenden 9-Euro-Tickets (Bundesregierung, 2023) eingeführt. Als übergreifendes ÖPNV-Monatsticket berechtigt es zur Nutzung von Nahverkehrsangeboten wie Regionalzügen, U- und S-Bahnen, sowie Bussen in ganz Deutschland (Deutschlandticket, 2023). Das Deutschlandticket ist dabei der Nachfolger. Das ursprüngliche Ticket von 2022 hatte monatlich 9 Euro gekostet und sollte so zusammen mit einem gleichzeitig geltenden Tankrabatt während der hohen Inflation für eine finanzielle Entlastung für die deutsche Bevölkerung sorgen (Höhne, 2022). Das Ticket war dabei ein voller Erfolg und in der 3-monatigen Laufzeit wurden insgesamt rund 52 Millionen Tickets verkauft (Verband Deutscher Verkehrsunternehmen, 2022). Neben der finanziellen Entlastung, die das Ticket ermöglicht hat, konnte durch eine gesteigerte Nutzung des öffentlichen Personennahverkehrs (ÖPNV) auch eine Vielzahl von Autofahrten eingespart werden, sodass das Ticket in der Konsequenz auch für insgesamt rund 1,8 Millionen Tonnen CO₂-Einsparung gesorgt hat (Verband Deutscher Verkehrsunternehmen, 2022).

Aufbauend auf diesem Erfolg hat die bundesdeutsche Ampelregierung bereits im September 2022 als Teil des 65 Milliarden Euro umfassenden dritten Entlastungspakets eine permanente Nachfolgelösung angekündigt (Bundesregierung, 2022). Da ein dauerhafter Preis von 9 Euro aufgrund der erforderlichen Subventionen nicht im Rahmen des Bundeshaushalts finanzierbar sei, wurde ursprünglich ein Zielpreis zwischen 49 und 69 Euro für eine anzustrebende und umsetzbare Lösung veranschlagt. Auf Basis dieser Entscheidung wurde in der Folge das Deutschlandticket entwickelt. Entscheidend war dabei die enge Kooperation zwischen Bund, Ländern und Verkehrsverbänden, die eine bundesweite Umsetzung und Einführung ermöglicht hat (Info-Portal mobil.nrw, 2023).

Das Ticket ist bei den regionalen Verkehrsverbänden und bei der Deutschen Bahn erhältlich und kann beispielsweise einfach über deren Smartphone-Apps analog eines herkömmlichen Tickets erworben werden, wobei das Deutschlandticket dabei oftmals auch direkt als Preialternative angezeigt wird.

Vertrieben wird es in einem monatlich kündbaren Abo-Modell. Hierbei unterscheidet es sich von seinem Vorgängerticket, welches als Einzelticket ohne Abonnement käuflich war und zu Monatsende nicht gekündigt werden musste. Das Ticket ist dabei bundesweit zu einem einheitlichen Preis von 49 Euro pro Monat erhältlich. Durch den einheitlichen Preis soll die Attraktivität des ÖPNV gestärkt werden, um den Verkehr in Deutschland langfristig klimafreundlicher zu gestalten. Finanziert wird das Deutschlandticket dabei mit je 1,5 Mrd. Euro, die Bund und Länder jährlich bereitstellen (Deutscher Bundestag, 2022). Bereits in den ersten vier Wochen nach Start des Tickets am 1. Mai 2023 wurden bundesweit bereits rund 10 Millionen Tickets verkauft (Mertes & Heine, 2023).

1.2. Steckbrief Deutschlandticket



Deutschlandticket

Preis	49 Euro pro Monat
Laufzeit	Monatlich kündbares Abo (Stand: 2024)
Gültigkeit	Deutschlandweit im Nahverkehr
Ticketform	Digital, als Chipkarte und als Papierticket
Verfügbarkeit	Bei allen Verkehrsverbänden erhältlich
Hauptzielgruppe	Pendler:innen, Schüler- und Student:innen
Laufzeit	Seit dem 1. Mai 2023
Finanzierung	Bund und Länder, Ticketverkäufe



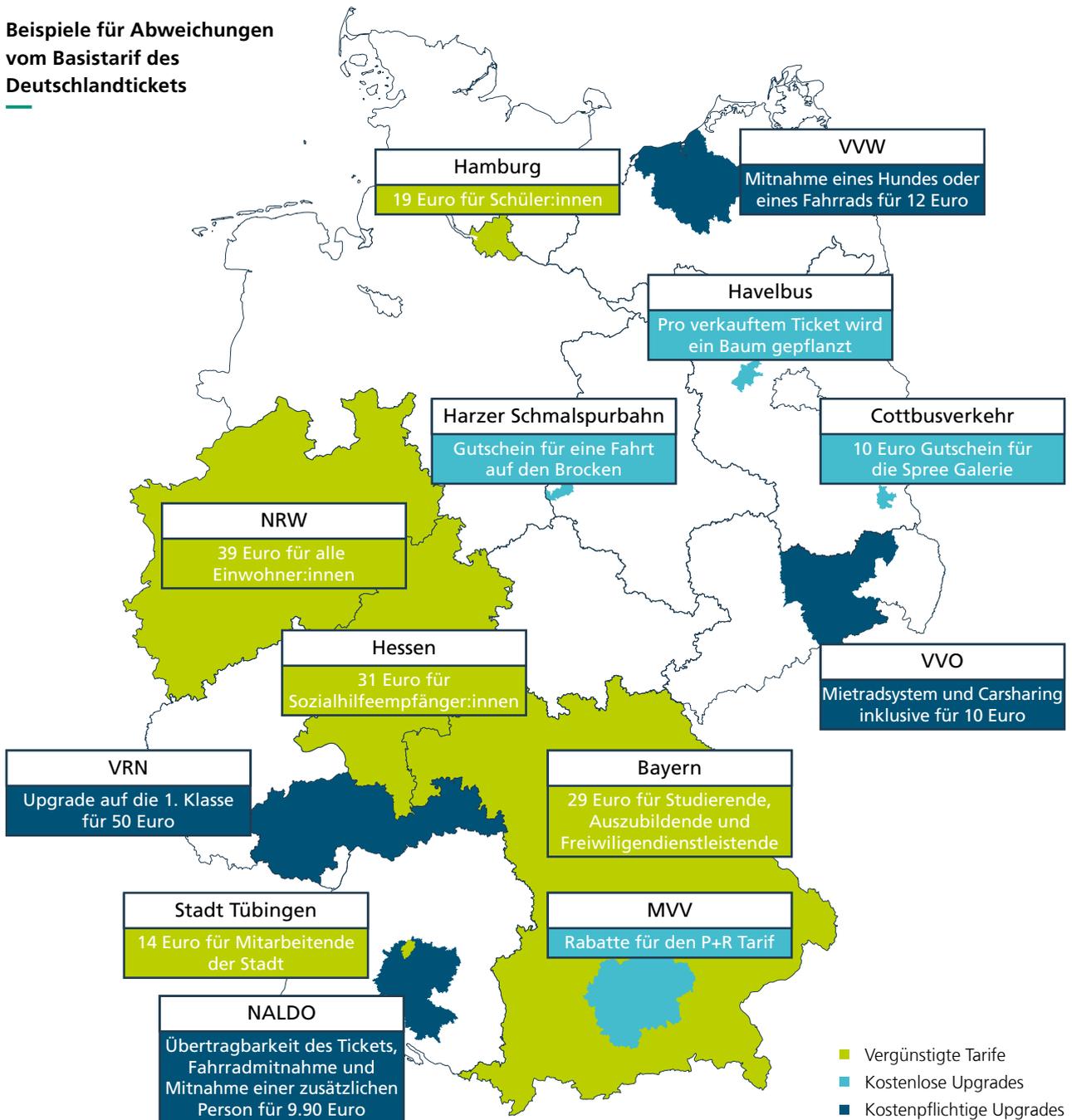
Abbildung 1: Steckbrief Deutschlandticket

1.3. Ausnahmen und Tarifunterschiede

Eines der Hauptziele, welches das Deutschlandticket verfolgt, ist eine bundesweit einheitliche Tarifgestaltung, um so der komplizierten Preispolitik der diversen Verkehrsverbände entgegenzusteuern (Deutschlandfunk, 2023). Dabei ergaben sich zuletzt dennoch eine Vielzahl von Ausnahmen in der Umsetzung des Deutschlandtickets. So bieten Verkehrsverbände, Kommunen und Bundesländer regional gültige Zusatzleistungen zum Deutschlandticket an. Beispielsweise wird das Deutschlandticket, vor allem an Sozialhilfeempfänger:innen und junge Menschen, wie Schüler:innen und Studierende, vergünstigt verkauft. Träger dieser Rabattierung sind dabei vor allem die Bundesländer und Kommunen, die gezielt Angebote für ihre Einwohner:innen schaffen. Neben diesen Vergünstigungen gibt es auch Zusatzleistungen zum Deutschlandticket, die vor allem durch Verkehrsverbände bereitgestellt werden. Unterscheiden lassen sich dabei kostenlose als auch kostenpflichtige Upgrades und Zugaben. Kostenfreie Erweiterungen sind dabei beispielsweise Gutscheine für Mobilitätsdienstleistungen im Sharing-Bereich oder anderweitige Gutscheine, sowie Rabatte auf Dienstleistungen wie etwa für Park&Ride-Angebote. Die kostenpflichtigen Upgrades bieten hingegen vor allem die Mitnahme von Kindern, anderen Erwachsenen, Hunden oder Fahrrädern zu bestimmten Zeiten oder auch ein Upgrade auf die 1. Klasse. Dabei sind sowohl die kostenlosen als auch die kostenpflichtigen Upgrades überwiegend nur im Verbundbereich gültig und somit regional bzw. lokal begrenzt und nicht bundesweit durchgängig. Somit bleibt vor allem für Menschen, die mit dem Fahrrad, mit Kindern oder Hunden unterwegs sind eine oftmals undurchsichtige Tarifgestaltung bestehen.

Die nachfolgende Karte zeigt eine Auswahl solcher Abweichungen. Dabei wird ersichtlich, dass das Deutschlandticket bundesweit weder den gleichen Preis hat noch überall die gleichen Leistungen beinhaltet, obwohl es ursprünglich eine tarifliche Einheit gewährleisten sollte. Die in der Karte dargestellten Abweichungen sind dabei vor allem eine Verdeutlichung der Vielfalt der Ausnahmen, da diese auf kommunaler, regionaler oder Verkehrsverbund-Ebene stattfinden können und das Deutschlandticket in seinem Preis und in seinen Leistungen verändern können.

Beispiele für Abweichungen vom Basistarif des Deutschlandtickets



Datenquellen:

Bayerische Staatsregierung: <https://www.bayern.de/fuer-29-euro-durch-ganz-deutschland/>
 Hamburger Verkehrsverbund: https://www.hvv.de/resource/blob/103280/1c05783fab687b394ac0e009c733e802/PM230328_Tarif_Deutschlandticket.pdf
 Havelbus: <https://www.havelbus.de/online-bestellung-des-deutschlandtickets-ab-3-april/>
 Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Wohnen: <https://wirtschaft.hessen.de/hessenpass-mobil>
 HSB: <https://www.hsb-wr.de/deutschlandticket/>
 MVG: <https://www.mvg.de/tickets-tarife/abonnement/deutschlandticket.html>
 NALDO: <https://www.naldo.de/tickets/naldo-plus/>
 Stadt Tübingen: <https://www.tuebingen.de/38784.html#39429>
 VRN: <https://www.vrn.de/tickets/ticketuebersicht/db/erste-klasse/index.html#info/>
 VVO: <https://www.vvo-online.de/de/tarif-tickets/tickets/deutschlandticket-8584.cshml>
 VVV: <https://www.verkehrsverbund-warnow.de/deutschlandticket.html>
 WDR: <https://www1.wdr.de/nachrichten/deutschlandticket-wird-fuer-schueler-und-sozialleistungsbezieher-guenstiger-100.html>
 WochenKurier: <https://www.wochenkurier.info/cottbus/artikel/verkaufsstart-fuer-das-deutschlandticket-am-3-april>

Geodatenquellen:

Verkehrsverbünde: <https://github.com/highsource/verbundkarte/tree/master/Verbundkarte>
 Bundesländer: <https://gdz.bkg.bund.de/index.php/default/digitale-geodaten/verwaltungsgebiete/nuts-gebiete-1-250-000-stand-31-12-nuts250-31-12.html>
 Gemeindegrenzen: <https://opendata-esri-de.opendata.arcgis.com/datasets/esri-de-content::vg250-gemeindegrenzen/about>

Erstellt in QGIS 3
© Henrik Stein

Abbildung 2: Beispiele für Abweichungen des Deutschlandtickets vom Basistarif im August 2023

2. Stand der Forschung

Bereits aus den Ausführungen aus der Einleitung zeigt sich folglich, dass das eigentlich simple Deutschlandticket einer tiefgreifenderen Untersuchung bedarf, um es vollumfänglich verstehen zu können. Rund um die Einführung des Tickets im Mai 2023 wurden dabei bereits erste wissenschaftliche Studien über das Deutschlandticket veröffentlicht bzw. durchgeführt.

Eine dieser ersten Studien zum Deutschlandticket wurde dabei von Loder, et al. (2023) veröffentlicht. Diese knüpft an eine bereits bestehende Studie der gleichen Forschungsgruppe zum 9-Euro-Ticket an. Mittels einer Smartphone-App wurden die Mobilitätsaktivitäten von 818 erwachsenen Personen im Großraum München erfasst. 510 der Teilnehmenden haben dabei schon an einer identischen Studie während dem 9-Euro-Ticket teilgenommen, sodass die Forschenden von einer hohen Vergleichbarkeit der Ergebnisse ausgehen. Zusätzlich zur Erfassung der Mobilitätsdaten wurde dabei, am Anfang der Studie im April 2023, sowie am Ende der Studie im Juni 2023, noch ein ergänzender Fragebogen ausgefüllt. So wurden Daten aus dem April, direkt vor Beginn des Deutschlandtickets, sowie in den Monaten Mai und Juni als erste aktive Monate des Deutschlandtickets erhoben (Loder, et al., 2023).

Eine quantitative Studie der Verbraucherzentrale aus dem April 2023 hat ergeben, dass rund 31 Prozent der befragten Personen das Deutschlandticket kaufen möchten. Unter den 14–29-Jährigen sind es sogar 49 Prozent (Verbraucherzentrale, 2023). Die Studie wurde dabei als Telefonumfrage durch Forsa durchgeführt. Rund 1.500 Personen haben dabei teilgenommen, sodass die Studie einen repräsentativen Charakter hat und im Juni im Rahmen des Verbraucherreports 2023 veröffentlicht wurde. Die Studie kam dabei zu dem Ergebnis, dass rund 30 Prozent der Befragten das Ticket zu teuer finden. Ein Großteil der Befragten wünscht sich außerdem eine Mitnahme von Fahrrädern (85 Prozent) oder Vergünstigungen für geringverdienende Menschen, bzw. Familien (77 Prozent) (Verbraucherzentrale, 2023).

Das Institut Yougov wiederum hat ermittelt, dass 43 Prozent der von ihnen befragten Personen den Preis von 49 Euro für das Deutschlandticket als Maximalpreis akzeptieren. Nur

wenige fänden jedoch einen höheren Preis von 59 Euro (11 Prozent), 69 Euro (6 Prozent), oder noch teurer (2 Prozent) akzeptabel (Süddeutsche Zeitung, 2023).

Der Mobilfunkanbieter o2 Telefónica hat in einer Auswertung der Bewegungsprofile von 40 Millionen Smartphones im Mai und Juni 2023 herausgefunden, dass seit der Einführung des Deutschlandtickets mehr Personen mit Bus und Bahn unterwegs sind als zuvor. So ist vor allem die Anzahl weiter Pendelstrecken von über 30 Kilometern über ein Viertel gestiegen. Insgesamt wurde aus den Bewegungsdaten ein Anstieg von 2,5 Prozent im Schienenverkehr verzeichnet, welcher damit aber noch hinter dem Anstieg, den das 9-Euro-Ticket verursacht hatte, zurückbleibt (Tagesschau, 2023).

Diese ersten Studienergebnisse zeigen zum einen, dass die erwähnten tariflichen Unterschiede auch in der breiten Bevölkerung als hinderlich aufgenommen werden, zum anderen aber auch, dass noch sehr viele Fragen rund um das Deutschlandticket und seine Auswirkungen auf Mobilität und Verkehr offen sind. Ein erster Effekt auf den Modal-Split lässt sich aus der beschriebenen Untersuchung der Telefondaten bereits erkennen, dennoch bleiben Fragen hinsichtlich Nutzenden und Nicht-Nutzenden des Deutschlandtickets bzw. auch die Erfassung der Wirkung des Deutschlandtickets und Nachhaltigkeitstendenzen noch unbeantwortet.

3. Ziel der Studie und Methodik

Ziel der Studie

Ziel der vorliegenden Studie ist es, durch eine standardisierte Online-Umfrage weitere repräsentative Erkenntnisse über die Nutzungstreiber und -barrieren sowie deren Einfluss auf das Mobilitätsverhalten und die Nachhaltigkeitswirkung zu gewinnen. Für die Beantwortung der Zielfragen wurde dazu ein empirischer Forschungsansatz gewählt. Die in Abbildung 3 dargestellten Ziel- und Themenblöcke bilden den Rahmen der Studie und sollen im Folgenden untersucht werden.

Fragebogen

Die Datenerhebung wurde mittels einer standardisierten Online-Umfrage durchgeführt. Die Umfrage wurde dabei in die folgenden zentralen inhaltlichen Themenblöcke untergliedert:

- Soziodemografie
- Allgemeines Mobilitätsverhalten
- Psychologische Konstrukte
- Deutschlandticket (Nicht-)Nutzung
- Preisbereitschaft zum Kauf des Deutschlandtickets
- Zufriedenheit mit dem 9-Euro-Ticket



Abbildung 3: Ziel- und Themenblöcke

Stichprobe

Zur bevölkerungsrepräsentativen Rekrutierung wurde ein Paneldienstleister beauftragt. Die Stichprobenauswahl erfolgte mittels der Quotierung nach Geschlecht, Altersgruppen und Erstwohnsitz in den Bundesländern gemäß den Ergebnissen des Zensus (Statistisches Bundesamt, 2023).

Durchschnittlich benötigten die Teilnehmenden circa 14 Minuten zur Beantwortung des Fragebogens. Die Daten wurden vor der Auswertung einer Qualitätskontrolle unterzogen und entsprechend um Speeder (Proband:innen mit einer ungewöhnlich schnellen Durchlaufzeit) und inkonsistente Antworten bereinigt. Insgesamt haben 3.735 Teilnehmende im Zeitraum zwischen dem 3. August 2023 und dem 16. August 2023 an der Umfrage teilgenommen. Von den Teilnehmenden gaben rund 35 Prozent an, dass sie derzeit das Deutschlandticket besitzen oder in der Vergangenheit besaßen. Knapp 65 Prozent besaßen das Deutschlandticket zur Zeit der Erhebung noch nicht.

Auswertungsstrategie

Im Rahmen der Datenanalyse wurden zusätzlich zu einer deskriptiven Analyse der Daten unterschiedliche statistische Testverfahren angewendet, um potenziell auftretende Gruppenunterschiede zwischen den Nutzenden und Nicht-Nutzenden des Deutschlandtickets statistisch zuverlässig zu identifizieren und Zusammenhänge zwischen Nutzenden beziehungsweise Nicht-Nutzenden mit den abgefragten Themenblöcken aufzudecken.¹ Es wurde mit einem Signifikanzniveau von 5 Prozent gerechnet und Werte in den nachfolgenden Diagrammen wurden ohne Nachkommastellen gerundet.²

¹ Diese umfassen Ergebnisse, abhängig vom jeweiligen Skalenniveau und jeweiliger Zielfrage, von Chi-Quadrat-Tests, Mann-Whitney-U-Tests, t-Tests sowie Varianzanalysen (ANOVA) und damit verbundene Zusammenhangsmaße (Phi-Koeffizient, Cramér's V, Rangkorrelation nach Spearman).

² Dies bedeutet, dass ein Effekt statistisch signifikant ist, wenn die Wahrscheinlichkeit, dass er zufällig in der Stichprobe gefunden wurde, weniger als 5 Prozent beträgt.



4. Ergebnisse und Diskussion

4.1. Allgemeines zum Deutschlandticket

Ein Drittel der Bevölkerung in Deutschland nutzte das Deutschlandticket in den ersten vier Monaten mindestens einen Monat – im Juni 2023 herrschte Hochkonjunktur.

Rund drei Monate nach Einführung des Deutschlandtickets im Mai 2023 kann basierend auf den Befragungsergebnissen eine erste Bilanz zur Akzeptanz in der Bevölkerung gezogen werden. Zum Befragungszeitpunkt August 2023 gab mehr als ein Drittel (35 Prozent) der Befragten (n=3.735) an, das Deutschlandticket zu besitzen oder es seit Einführung besessen zu haben.³ Dies deckt sich mit Prognosen, die vor Einführung des Deutschlandtickets durchgeführt wurden (Verbraucherzentrale, 2023).

Dabei stellt in den ersten vier Monaten der Juni 2023 den Monat mit der höchsten Besitzquote seit Einführung des Deutschlandtickets dar. Abbildung 4 zeigt, dass mehr als die Hälfte der Befragten, die ein Deutschlandticket (jemals) besaßen, in dieser Zeit im Besitz dieses waren. In den Monaten Juli und August 2023 waren es dann zunehmend weniger Personen. Dies weist auf einen abnehmenden Trend hin. Ein möglicher Erklärungsansatz ist, dass aufgrund des Erhebungszeitraums Anfang August 2023 das maximale Verkaufspotenzial für August noch nicht erreicht wurde. Zudem zeigt sich, dass von den Befragten aus Bundesländern, die im August Sommerferien haben⁴, lediglich 36 Prozent im August ein Deutschlandticket besessen haben. Im Vergleich waren es in den Monaten in den gleichen Bundesländern zuvor 44 Prozent (Juli) und 52 Prozent (Juni). Dies legt nahe, dass der abnehmende Trend der Deutschlandticket-Nutzung mit der Ferienzeit zusammenhängen könnte. Der Anteil an befragten Personen, der in allen vier Monaten das Deutschlandticket besaß, liegt bei 15 Prozent. Entsprechend kann schlussgefolgert werden, dass das Ticket häufig jeweils nur für einzelne Monate gekauft und somit vermehrt als Gelegenheitsticket genutzt wurde und

dem eigentlich vorgesehenen Abonnement-Sinn nicht entspricht. Der Kündigungsprozess scheint kein Hindernis für den Kauf zu sein. Diese Entwicklung zeigt sich auch in einer Studie des Verbandes Deutscher Verkehrsunternehmen (VDV), die ebenfalls zu dem Ergebnis kommt, dass das Ticket insbesondere zu Urlaubszeiten flexibel gekauft oder für den Urlaubszeitraum aktiv gekündigt wird (Tagesschau, 2023).

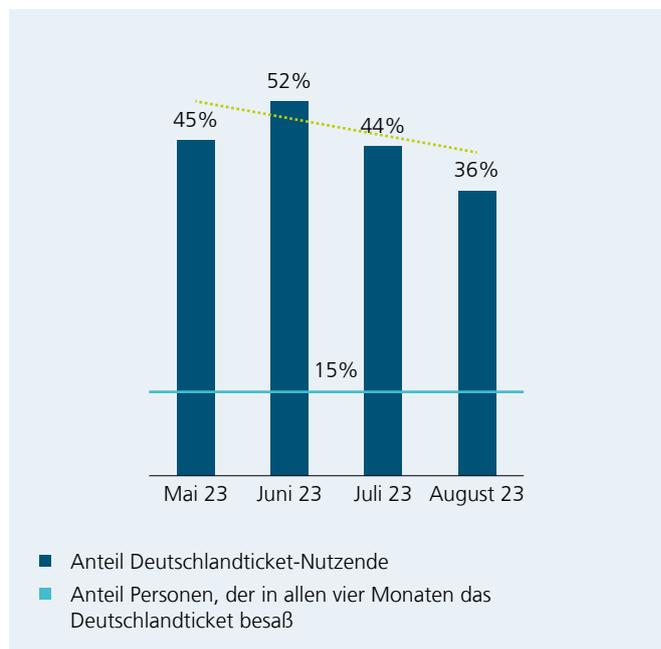


Abbildung 4: Deutschlandticket-Besitz nach Monaten

Frage: In welchen der folgenden Monate seit Einführung waren Sie in Besitz des Deutschlandtickets? n=1.311 (Deutschlandticket-Nutzende)

³ Frage: Besitzen Sie das Deutschlandticket bzw. waren Sie bereits in Besitz des Deutschlandtickets? n=3.735

⁴ Definition: Als Bundesländer mit Ferien wurden alle Bundesländer betrachtet, die im entsprechenden Monat mindestens 15 Tage Ferien hatten (im August waren das alle Bundesländer außer Nordrhein-Westfalen).

Die Vorgeschichte des 9-Euro-Tickets bildet die Grundlage für eine hohe Zufriedenheit und Akzeptanz des Deutschlandtickets.

Als Vorläufer des Deutschlandtickets wurde im Jahr 2022 das bundesweit geförderte 9-Euro-Ticket eingeführt. Abbildung 5 zeigt den Anteil der Besitzenden des Deutschlandtickets, der bereits im Besitz des 9-Euro-Tickets war: 88 Prozent derer haben das im Juni, Juli und August 2022 gültige Vorgängerticket genutzt. Die Ergebnisse deuten an, dass das 9-Euro-Ticket nicht nur eine erfolgreiche Ticketlösung für den dreimonatigen Zeitraum im Jahr 2022 darstellte, sondern sich ebenso als »Türöffner« für das Deutschlandticket charakterisieren lässt. Dies bestätigt immerhin knapp ein Drittel der Deutschlandticket-Nutzenden bei der Auswahl von Nutzungsgründen (31 Prozent, $n=1.311$).⁵ Die positiven Erfahrungen während des Aktionszeitraums des 9-Euro-Tickets sind also mit verantwortlich für den Erfolg des Deutschlandtickets.

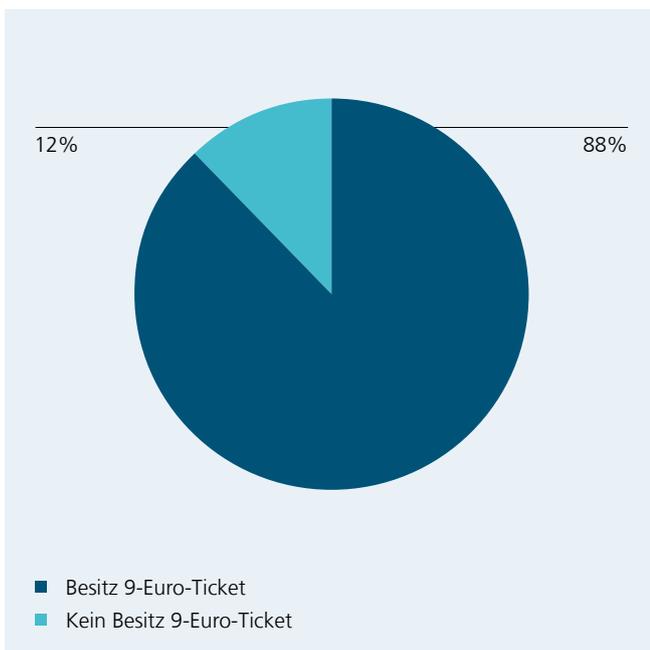


Abbildung 5: 9-Euro-Ticket-Besitz der Deutschlandticket-Nutzenden

Frage: Waren Sie während des Aktionszeitraums des 9-Euro-Tickets mindestens für einen Monat im Besitz des 9-Euro-Tickets?
 $n=1.311$ (Deutschlandticket-Nutzende)



© Adobe Stock, gradt

⁵ Frage: Sie haben angegeben, das Deutschlandticket zu nutzen. Warum nutzen Sie es? Bitte wählen Sie alle zutreffenden Gründe aus. Antwortoption: Aufgrund der Erfahrungen, die ich während des Aktionszeitraums des 9-Euro-Tickets gemacht habe.

Dies spiegelt sich auch in der Zufriedenheit mit den beiden Tickets wider, dargestellt in Abbildung 6. Bei beiden Ticketalternativen konnte eine sehr hohe Zufriedenheit der jeweiligen Ticket-Besitzenden festgestellt werden. Knapp 90 Prozent geben an, mit dem 9-Euro-Ticket (sehr) zufrieden gewesen zu sein (Top-2-Boxes, n=2.065). Unter den Besitzenden des Deutschlandtickets war dies ähnlich (Top-2-Boxes, n=1.311). In der Betrachtung des Mittelwerts zeigt sich ein ähnlich positives Bild: hier waren die Besitzenden des 9-Euro-Tickets auf einer Skala von 1 (sehr unzufrieden) bis 5 (sehr zufrieden) mit einem Wert von 4,63 im Durchschnitt etwas zufriedener als die Besitzenden des Deutschlandtickets mit einem Wert von 4,47.

Das Deutschlandticket als Digitalisierungstreiber des ÖPNV? Am häufigsten wird das Ticket in digitaler Form genutzt.

Doch wie genau gelangt das Deutschlandticket eigentlich zu den Besitzenden und wie wird es primär genutzt? »(...) digital, bundesweit gültig und monatlich kündbar« soll es sein, so die Bundesregierung (Bundesregierung, 2023). Tatsächlich wird das Deutschlandticket überwiegend als digitales Ticket genutzt und erfüllt zunächst eine Zieldimension. Die Ergebnisse sind in Abbildung 7 dargestellt. 61 Prozent der Befragten gaben an, das Deutschlandticket in Form eines digitalen Tickets zu nutzen. Der Rest tut dies analog: von rund 22 Prozent wird das Deutschlandticket in Form einer Chipkarte genutzt, rund 17 Prozent nutzen es als Papierticket. Weitere Auswertungen zeigen, dass insbesondere Jüngere (18-24 Jahre) mit einem

Anteil von knapp 68 Prozent besonders häufig die digitale Version des Deutschlandtickets nutzen.

Die Ergebnisse verdeutlichen, dass mit dem Deutschlandticket das Ziel, den ÖPNV digitaler auszubauen, vorangetrieben wurde. Während Jüngere das Deutschlandticket mehrheitlich in digitaler Form nutzen, ist dies lediglich bei 45 Prozent und damit bei weniger als der Hälfte der älteren Personen ab 65 Jahren der Fall.

Auch der genaue Blick auf den Erwerb des Deutschlandtickets gibt erste Aufschlüsse über die genaue Nutzungsweise. So zeigt Abbildung 8 eine Unterscheidung der Deutschlandticket-Nutzenden in Neu- und Bestandskunden von ÖPNV-Abonnements. Es wird deutlich, dass knapp die Hälfte der befragten Besitzenden (47 Prozent) das Deutschlandticket direkt bei einem Verkehrsunternehmen gekauft hat und keine Umwidmung eines bestehenden Abonnements von statten ging. Diese Personen können als Neukundschaft für ÖPNV-Abonnements charakterisiert werden. Der Direktkauf weist darauf hin, dass sich der Personenkreis aktiv mit der eigenen ÖPNV-Nutzung und dem Deutschlandticket selbst auseinandergesetzt hat und eine bewusste Kaufentscheidung getroffen wurde. In etwa die Hälfte der Besitzenden (51 Prozent) hatte hingegen bereits vor Einführung des Deutschlandtickets ein ÖPNV-Abonnement. In diesem Fall wurde das Abonnement von circa 15 Prozent selbst und circa 36 Prozent automatisch in das Deutschlandticket umgewidmet. Diese Zahlen ähneln sehr stark den von der Bundesregierung kommunizierten, die 42 Prozent als Umsteigende aus bereits bestehenden Abonnements und 47 Prozent Neuabonnentinnen und Neuabonnenten, die den ÖPNV vorher mit Einzelfahrscheinen oder Zeitkarten ohne Abo genutzt haben, identifizierte (Bundesregierung, 2023).

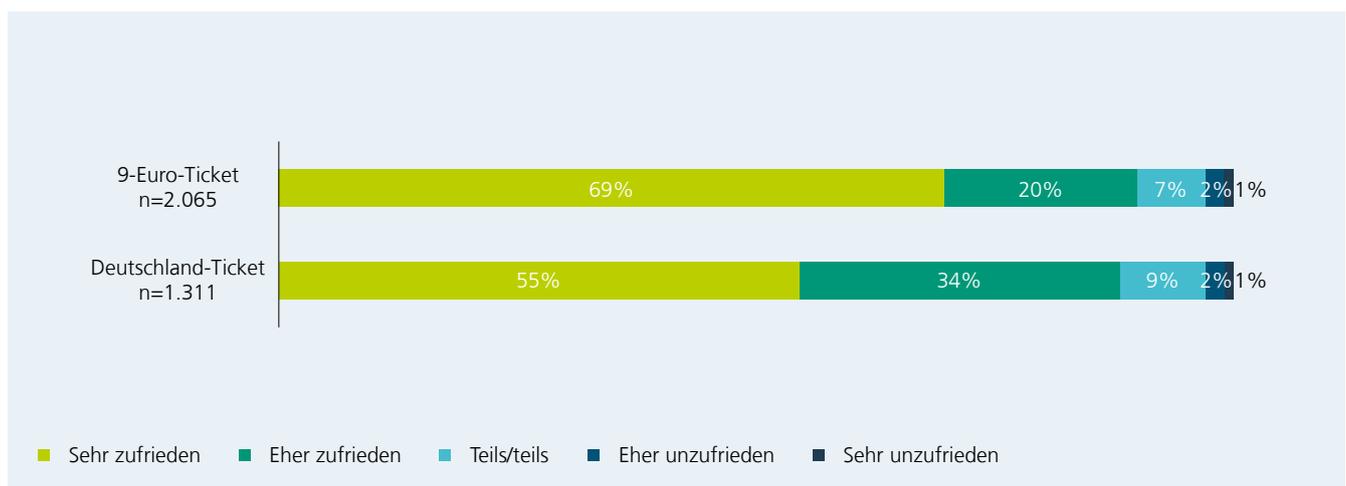


Abbildung 6: Zufriedenheit mit Tickets

Fragen: Sie haben angegeben, dass Sie das Deutschlandticket besitzen bzw. im Besitz waren. Wie zufrieden sind bzw. waren Sie mit dem Deutschlandticket? n=1.311
 Sie haben angegeben, dass Sie im Besitz des 9-Euro-Tickets waren. Wie zufrieden waren Sie mit dem 9-Euro-Ticket? n=2.065

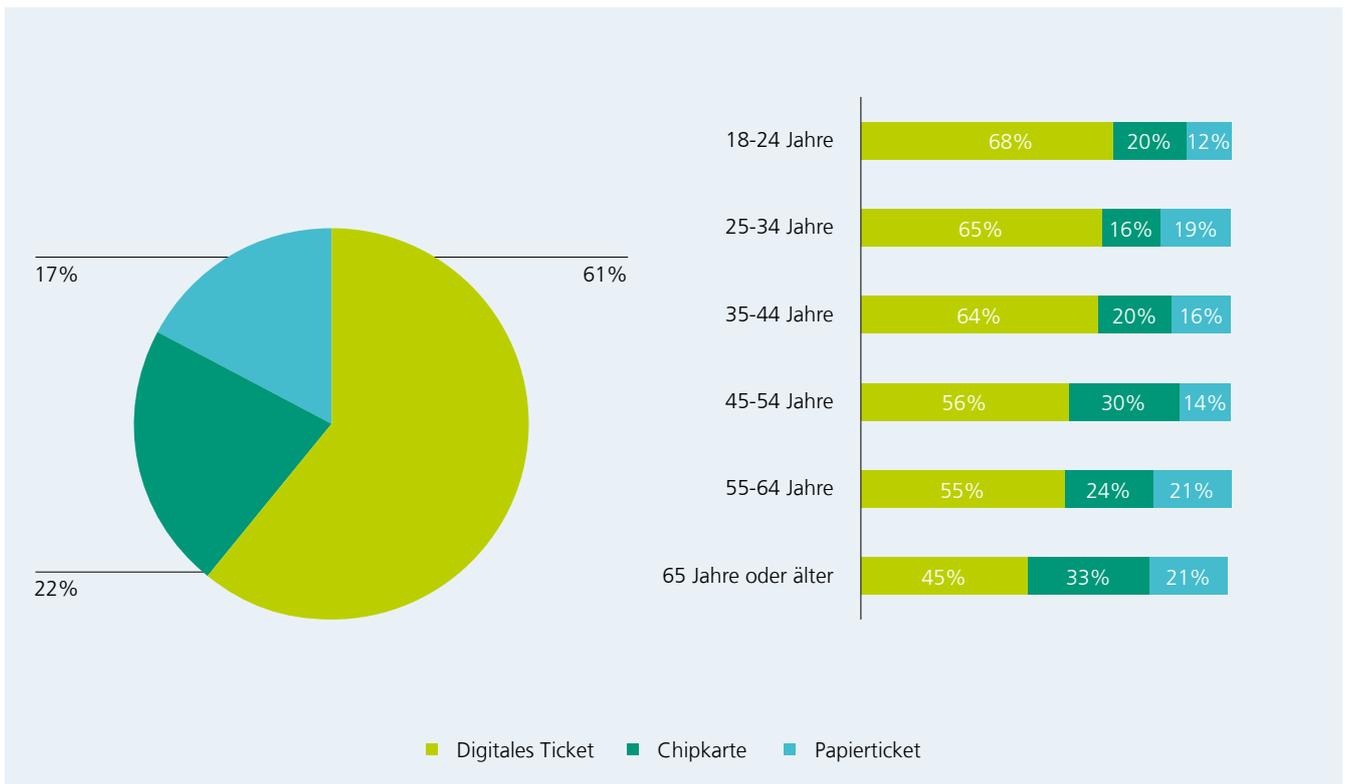


Abbildung 7: Typ Deutschlandticket

Frage: In welcher Form nutzen Sie das Deutschlandticket am häufigsten? n=1.311 (Deutschlandticket-Nutzende)

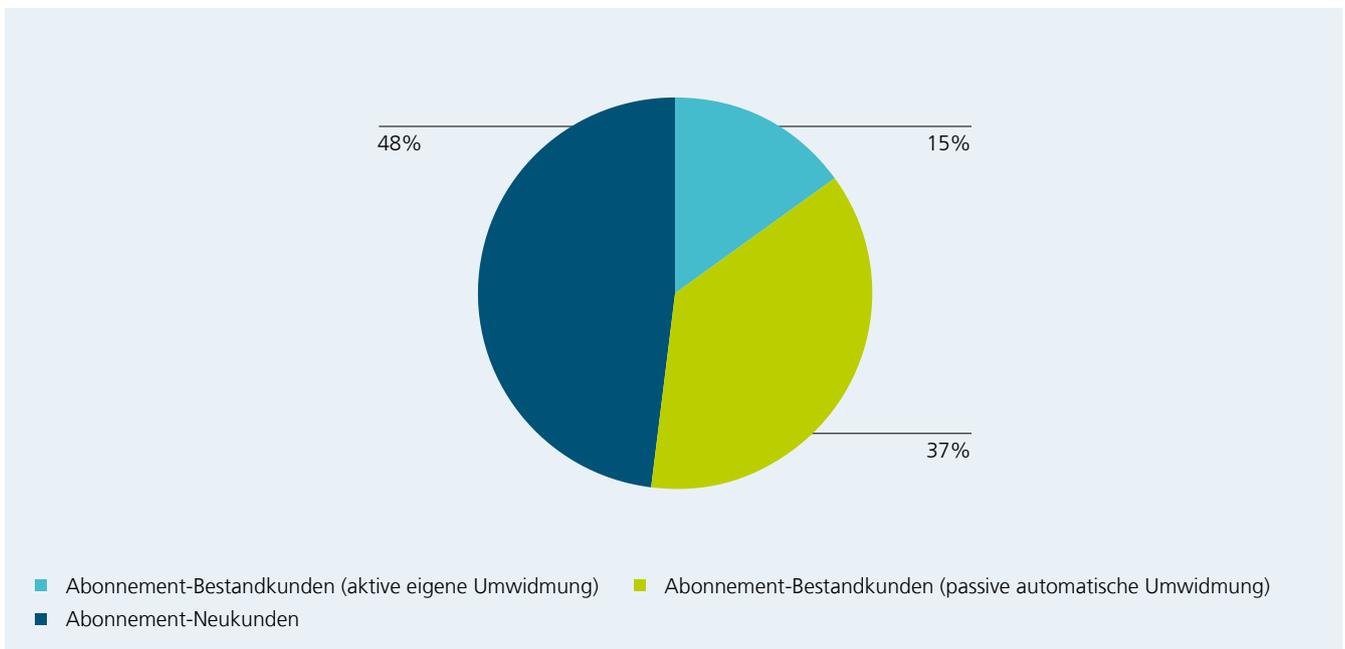


Abbildung 8: Erwerb Deutschlandticket

Frage: Wie haben Sie das Deutschlandticket erworben? n=1.311 (Deutschlandticket-Nutzende)

Erfolgsfaktor »Abonnementmodell« – Basisfunktionen plus deutschlandweite Gültigkeit bringen das Deutschlandticket in den Alltag.

Doch aus welchen Gründen wird das Deutschlandticket primär genutzt? Abbildung 9 zeigt, dass die wesentlichen Nutzungstreiber (Top-5) in der Flexibilität hinsichtlich Fahrthäufigkeit (54 Prozent) und Nutzungszeiten (48 Prozent) liegen. Diese Nutzungsgründe sind auf die Basischarakteristika der meisten ÖPNV-Abonnements zurückzuführen, werden jedoch von den Befragten besonders geschätzt: Mit einem ÖPNV-Abonnement ist es jederzeit möglich, im (geografischen und zeitlichen) Gültigkeitsbereich beliebig viele Fahrten zurückzulegen. Ein gewöhnliches monatliches oder jährliches Abonnement ermöglicht es, den ÖPNV zu jeder (Geltungs-)Zeit zu nutzen. Einzigartig hingegen ist die Eigenschaft der deutschlandweiten Gültigkeit des Deutschlandtickets, die für mehr als die Hälfte der Befragten (53 Prozent) Grund für die Nutzung ist. Dies geht einher mit der Unabhängigkeit von Tarifstrukturen und der damit unkomplizierten Nutzung: vier von zehn Deutschlandticket-Nutzenden gaben dies als Grund für die Nutzung an. Neben der zeitlichen Flexibilität in der Nutzung ermöglicht das Deutschlandticket eine Überwindung räumlicher Barrieren und schafft hier ebenfalls vereinfachte Mobilität. Letztlich haben 44 Prozent der Befragten den günstigen Preis des Deutschlandtickets als Nutzungsgrund genannt.

Das Deutschlandticket ist im Alltag der Befragten angekommen: Abbildung 10 zeigt, für welche Zwecke das Ticket verwendet wird. Am häufigsten wird es für Freizeitfahrten

genutzt: 69 Prozent der Befragten geben an, das Ticket für Fahrten zu Hobbies, Tagesausflügen, Besuchen etc. zu nutzen. Mehr als die Hälfte (55 Prozent) nutzt es für Aktivitäten des alltäglichen Bedarfs, wie z. B. Einkaufen, Arztbesuche oder sonstige Erledigungen. 43 Prozent der Befragten nutzt das Ticket für regelmäßige Strecken zur Arbeit oder Ausbildung.

Etwas weniger häufig (38 Prozent) wurden Urlaubsfahrten als relevanter Nutzungszweck des Deutschlandtickets genannt.⁶ Nur etwa ein Viertel der Besitzenden gab an, das Ticket für dienstliche Fahrten bzw. Dienstreisen zu verwenden.

Zu hoher Preis für zu wenig ÖPNV? Leidet das Deutschlandticket unter einem ÖPNV-Leistungsproblem? Grundlegende ÖPNV-Schwächen werden auch durch das Deutschlandticket nicht kompensiert.

Um zu verstehen, was circa zwei Drittel der Befragten von der Nutzung des Deutschlandtickets abhält, werden in folgender Abbildung 11 die Nichtnutzungsgründe betrachtet. Gleichzeitig sind Verbesserungsvorschläge abgebildet, durch deren Umsetzung das Deutschlandticket eher von Nicht-Nutzenden gekauft werden würde.

Zwei der am häufigsten genannten Nutzungsbarrieren des Deutschlandtickets sind der generellen ÖPNV-Leistung zuzuordnen: 36 Prozent der Nicht-Nutzenden gaben an, dass keine passende Verbindung ausschlaggebend für die Nicht-Nutzung

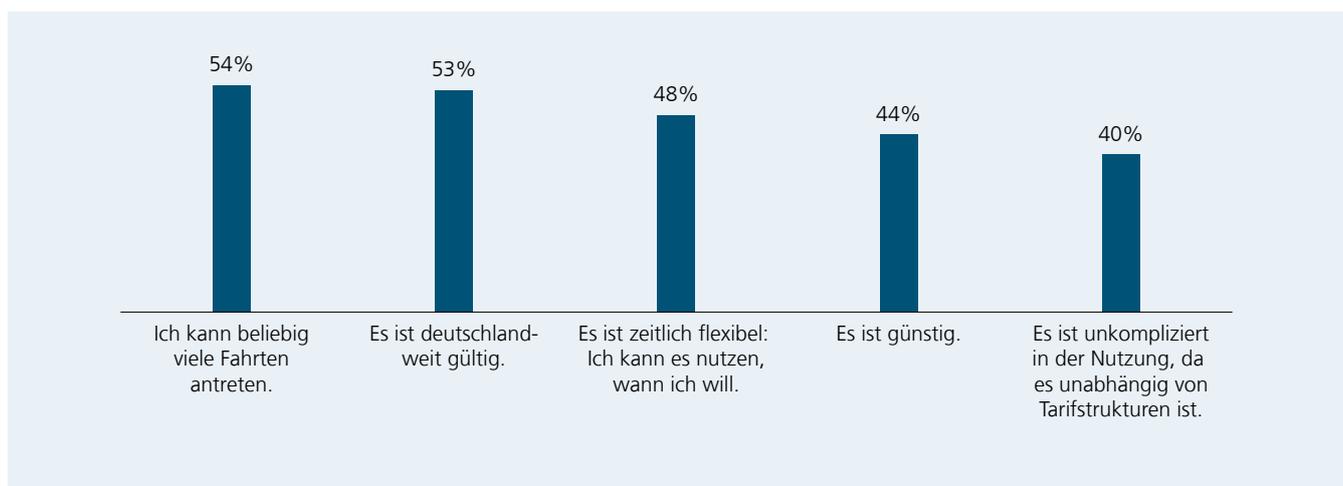


Abbildung 9: Top-5 Nutzungsgründe des Deutschlandtickets

Frage: Sie haben angegeben, das Deutschlandticket zu besitzen. Warum nutzen Sie es? Bitte wählen Sie alle zutreffenden Gründe aus. n=1.311 (Deutschlandticket-Nutzende)

⁶ Hinweis: Der Erhebungszeitraum der Studie (03. bis 16.08.2023) fiel in einigen Bundesländern in die Zeit der Sommerferien. Dieser Umstand könnte einen Einfluss auf die Bewertung der Nutzung für Urlaubsfahrten haben.

des Deutschlandtickets ist; 22 Prozent nutzen es aufgrund fehlendem ÖPNV-Angebot in der Nähe nicht. Dies spiegelt sich auch in den Verbesserungsvorschlägen wider, die die Kaufwahrscheinlichkeit erhöhen würden. So geben die Nicht-Nutzenden am häufigsten an, dass sie durch Optimierungen der Zuverlässigkeit bzw. Pünktlichkeit (28 Prozent) sowie der Haltestellenanbindung (23 Prozent) das Deutschlandticket nutzen

würden. Der Nicht-Nutzung des Deutschlandtickets liegen also vor allem auch grundsätzliche ÖPNV-Schwächen zugrunde. Des Weiteren gaben knapp ein Viertel der Nicht-Nutzenden (24 Prozent) den zu hohen Preis des Deutschlandtickets als Grund gegen den Kauf an und wünschen sich eine Preissenkung (30 Prozent) sowie eine Optimierung des Preis-/Leistungsverhältnisses (22 Prozent).

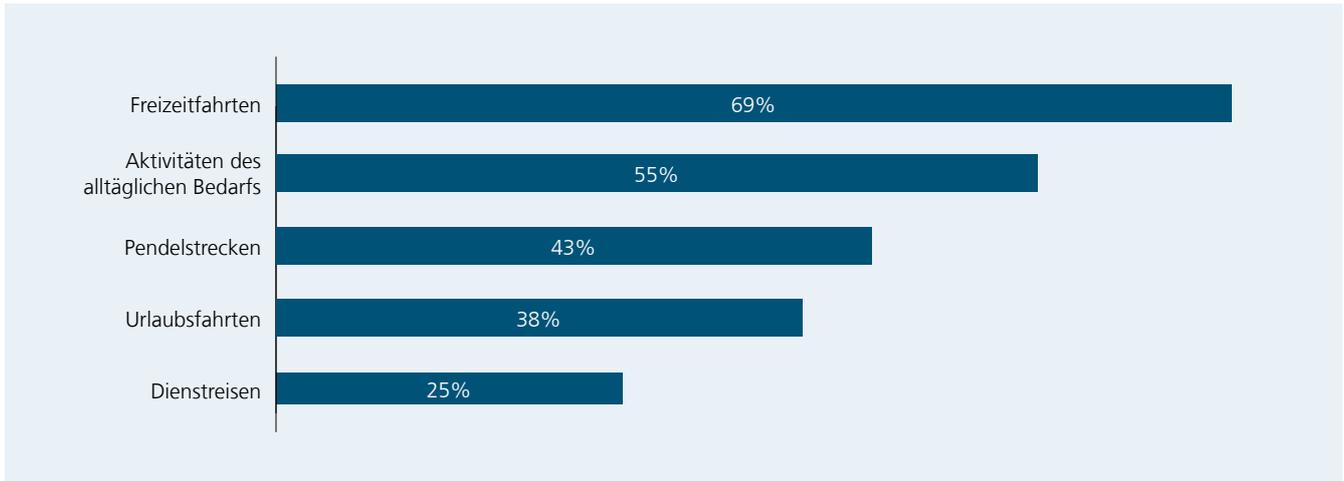


Abbildung 10: Nutzungszwecke Deutschlandticket

Frage: Sie haben angegeben, das Deutschlandticket zu besitzen. Für welche der folgenden Zwecke nutzen Sie das Deutschlandticket? Bitte wählen Sie alle zutreffenden Zwecke aus. n=1.311 (Deutschlandticket-Nutzende)

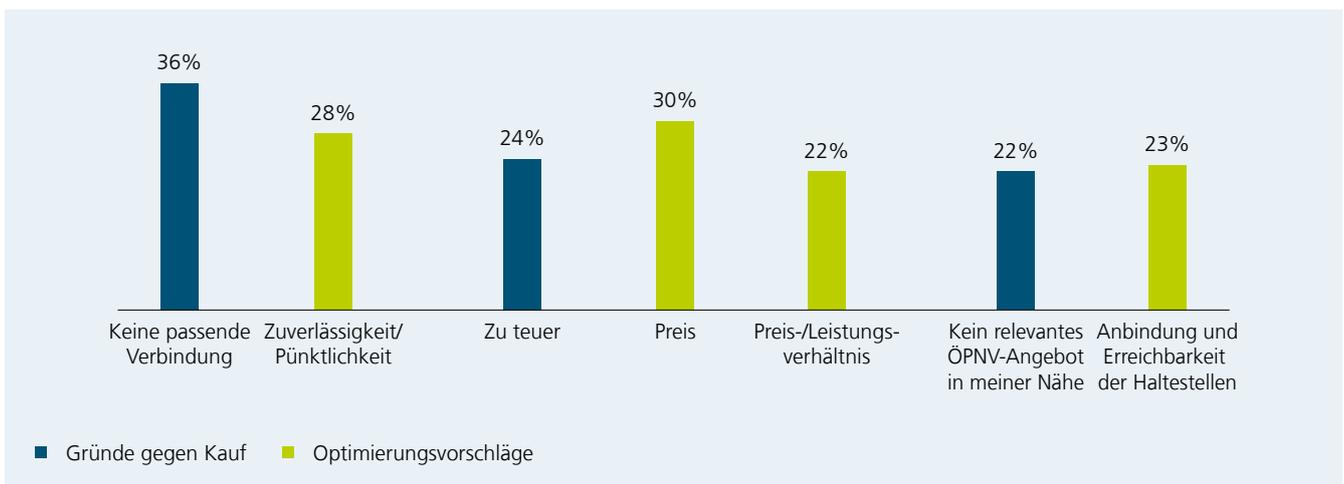


Abbildung 11: Nutzungsbarrieren und Verbesserungsvorschläge

Fragen: Sie haben angegeben, dass Sie das Deutschlandticket nicht nutzen. Warum nutzen Sie es nicht? Bitte wählen Sie alle zutreffenden Gründe aus.

Was würde Sie dazu bewegen, das Deutschlandticket zu kaufen? Bitte wählen Sie alle zutreffenden Gründe aus. Verbesserungen bei [Serviceparameter] n=2.424

49 Euro – das »richtige« Preisschild der Mobilitätswende? Die Zahlungsbereitschaft unterscheidet sich stark zwischen Nutzenden und Nicht-Nutzenden.

Der Name ist Programm: In der Einführungsphase wird das Deutschlandticket für 49 Euro pro Monat angeboten, weshalb es im allgemeinen Sprachgebrauch häufig synonymisch »49-Euro-Ticket« genannt wird. Perspektivisch soll der Preis automatisch entlang der Inflation dynamisch erhöht werden. Doch wie viel darf das Deutschlandticket kosten, um die gesellschaftliche Durchdringung zu erreichen bzw. zu behalten? Sind 49 Euro (günstig) genug, um die Mobilitätswende aktiv voranzutreiben? Die Befragungsergebnisse in Abbildung 12 geben Aufschluss über die Preisbereitschaft: Dargestellt sind hier die arithmetischen Mittel der jeweiligen Kategorien zur Einschätzung, welcher Preis als günstig, hoch oder zu hoch erachtet wird.⁷

Bei der Betrachtung der Ergebnisse wird deutlich, dass sich der aktuelle Preis des Deutschlandtickets circa in der Mitte der Werte bewegt, die von den Befragten als günstig und hoch angegeben werden. Allerdings wird bereits ein Preis von knapp 53 Euro im Durchschnitt aller Befragten als hoch

angesehen, wobei der Preis erst ab knapp 75 Euro für das Deutschlandticket als zu hoch erachtet wird. Bei einer differenzierten Betrachtung von Nutzenden und Nicht-Nutzenden des Deutschlandtickets werden darüber hinaus Unterschiede in der Preiseinschätzung deutlich, wobei die Nicht-Nutzenden eine deutlich geringere Zahlungsbereitschaft zeigen als die Nutzenden des Deutschlandtickets. So wird das Deutschlandticket von diesen bereits ab einem Preis von knapp 51 Euro als hochpreisig eingeschätzt, die Nutzenden liegen in etwa 5 Euro über deren Einschätzung. Noch größer wird der Unterschied in der Betrachtung eines zu hohen Preises – hier liegt der maximale Preis der bisherigen Nicht-Nutzenden mit circa 71 Euro knapp 12 Euro unter dem der Nutzenden. Um die bisherigen Nicht-Nutzenden zu adressieren wäre es demnach noch schwieriger, mit der zu erwartenden Preissteigerung weitere ÖPNV-Nutzende dazuzugewinnen, da bereits der aktuelle Preis des Deutschlandtickets von den bisherigen Nicht-Nutzenden als hoch angesehen wird. Insbesondere durch die sich in der Wahrnehmung vieler Bürger:innen verschärfende wirtschaftliche Situation, könnten inflationsbedingte Preiserhöhungen die Nicht-Besitzenden »abschrecken« und damit einer erfolgreichen Ansprache von ÖPNV-Nicht-Nutzenden entgegenstehen.⁸

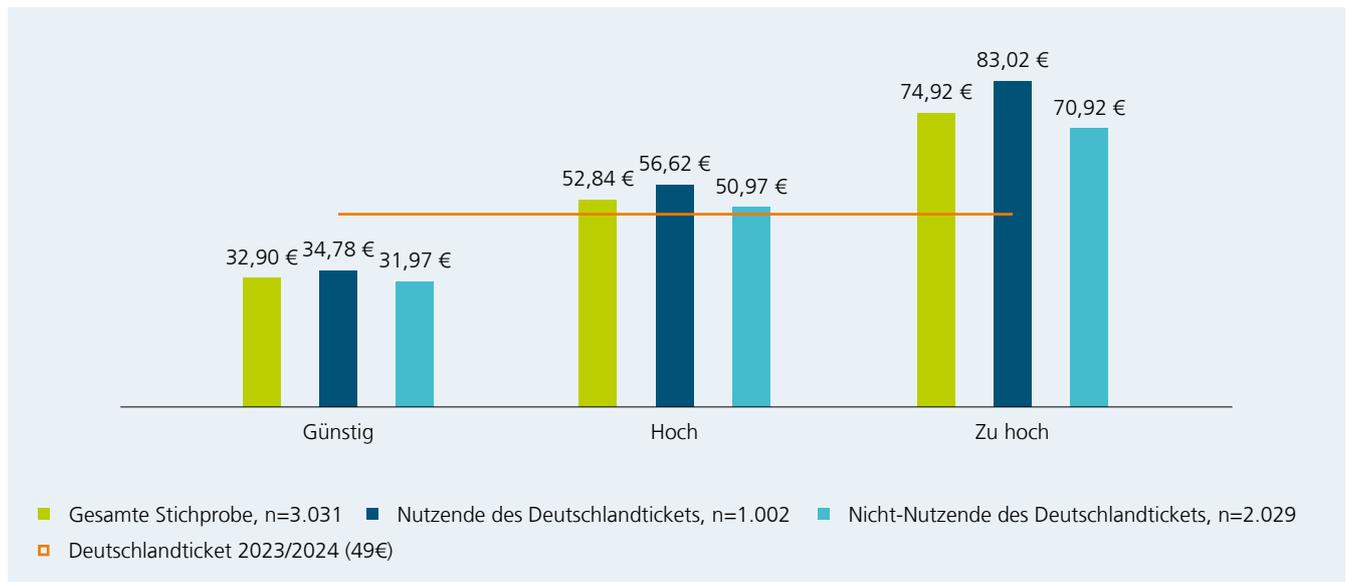


Abbildung 12: Preiseinschätzung Deutschlandticket

Fragen: Welcher Preis erscheint Ihnen für das Deutschlandticket als günstig?
 Welcher Preis erscheint Ihnen für das Deutschlandticket als hoch, aber noch vertretbar?
 Welcher Preis wäre für das Deutschlandticket so hoch, dass dieses Angebot für Sie dann nicht mehr in Frage kommen würde?
 (n=3.031 alle Befragten, bereinigt um fehlende Werte und inkonsistente Preisangaben zwischen den Kategorien)

⁷ Die Daten wurden einer Plausibilitätsprüfung unterzogen und so bereinigt, dass diese logisch und konsistent sind. So wurden z. B. Werte eliminiert, die einen höheren Preis bei »günstig« als bei »hoch« angegeben haben. Durch den Bereinigungsprozess wurden n=679 Fälle gelöscht.

⁸ Es ist davon auszugehen, dass die Preiseinschätzung für das »Produkt« Deutschlandticket (inklusive seiner Alleinstellungsmerkmale) von den Befragten nicht völlig unabhängig von den individuellen örtlichen Eigenschaften des ÖPNV bewertet wird, sondern die Preiseinschätzung für das allgemeine ÖPNV-Angebot aus Sicht der Befragten mit in die Bewertung des Preises für das Deutschlandticket einfließt.

4.2. Wer nutzt das Deutschlandticket, wer nicht?

Welche Personengruppen nutzen vorwiegend das Deutschlandticket? Welche nutzen es eher nicht? Wie können diese ablehnenden Gruppen adressiert und erreicht werden, um zur Mobilitätswende beizutragen? Diesen Fragen soll im Folgenden kritisch begegnet werden. Anhand des Deutschlandticket-Besitzes wurden die beiden Gruppen Nutzende und Nicht-Nutzende differenziert und im Detail untersucht. Wie im vorangegangenen Kapitel 4.1 dargestellt, besteht die Gruppe der Deutschlandticket-Nutzenden aus 35 Prozent der Befragten und die der Nicht-Nutzenden aus 65 Prozent (n=3.714). Neben dem Mobilitätsverhalten und ausgewählten Persönlichkeitsmerkmalen sollen zunächst soziodemografische Eigenschaften der beiden Gruppen untersucht und verglichen werden.

Geschlecht und Alter: Die Deutschlandticket-Nutzung ist nicht vom Geschlecht abhängig, das Alter spielt jedoch eine Rolle: Nutzende sind eher jung, während Nicht-Nutzende größtenteils über 54 Jahre alt sind.

So fällt zunächst z. B. anhand der Betrachtung der Geschlechterverteilung auf, dass sich Nutzende von Nicht-Nutzenden nur marginal unterscheiden. Die Verteilung ähnelt sich zwischen den Gruppen stark und repräsentiert jeweils ungefähr die Hälfte der Befragten. Das Geschlecht spielt für einen Deutschlandticket-Besitz folglich keine bedeutende Rolle.



© Adobe Stock, dusanpetkovic1



Abbildung 13: Vergleich Geschlecht Nutzende vs. Nicht-Nutzende

Frage: Bitte geben Sie Ihr Geschlecht an. n=3.735

Jedoch zeigen sich beim Vergleich der Altersverteilung in Abbildung 14 starke Unterschiede zwischen den beiden Gruppen. Knapp zwei Drittel (64 Prozent) der Deutschlandticket-Nutzenden sind 44 Jahre und jünger. Die meisten Nutzenden sind zwischen 25 und 34 Jahren alt (27 Prozent). Bei den Nicht-Nutzenden zeigt sich hingegen das Gegenteil: Mehr als die Hälfte (53 Prozent) ist 55 Jahre und älter; am häufigsten sind Nicht-Nutzende 65 Jahre oder älter (32 Prozent). Statistische Analysen bestätigen den Trend: Deutschlandticket-Nutzende sind signifikant jünger.⁹ Je älter die Befragten sind, desto seltener nutzen sie das Deutschlandticket.¹⁰

Lebenssituation: Während Nutzende durchschnittlich einen höheren Bildungsstand aufweisen und in Vollzeit arbeiten, sind Nicht-Nutzende häufig im Ruhestand, leben in Zwei-Personen-Haushalten und haben ein geringeres Einkommen.

In Abbildung 15 fällt auf, dass sich die Bildungsabschlüsse zwischen Nutzenden des Deutschlandtickets und solchen, die dies

nicht tun, insbesondere in zwei Kategorien unterscheiden: Es wird deutlich, dass Nicht-Nutzende signifikant häufiger einen Haupt- oder Realschulabschluss haben als Nutzende.¹¹ Im Gegenzug zeigt sich, dass Nutzende signifikant häufiger einen (Fach-)Hochschulabschluss als Nicht-Nutzende aufweisen.¹² Nutzende des Deutschlandtickets besitzen also häufiger einen höheren Bildungsabschluss.¹³

Ein Blick auf die aktuelle berufliche Situation der Befragten in Abbildung 16 offenbart, dass die Nutzung des Deutschlandtickets signifikant mit der beruflichen Position zusammenhängt.¹⁴ Insbesondere bei den Gruppen der in Vollzeit Beschäftigten und Personen im Ruhestand (Rente bzw. Pension) zeigen sich starke Unterschiede in der Nutzung des Deutschlandtickets. Mehr als die Hälfte der Deutschlandticket-Nutzenden (55 Prozent) arbeitet in Vollzeit, unter Nicht-Nutzenden sind es nur 30 Prozent.¹⁵ Dass das Deutschlandticket zum Pendeln für den täglichen Weg zur Arbeit oder Ausbildung verwendet wird, wurde in Abbildung 10 bereits dargestellt. Des Weiteren fällt auf, dass unter den Nicht-Nutzenden ein signifikant höherer Anteil an Rentner:innen und Pensionär:innen als bei Nutzenden existiert. Nur 12 Prozent

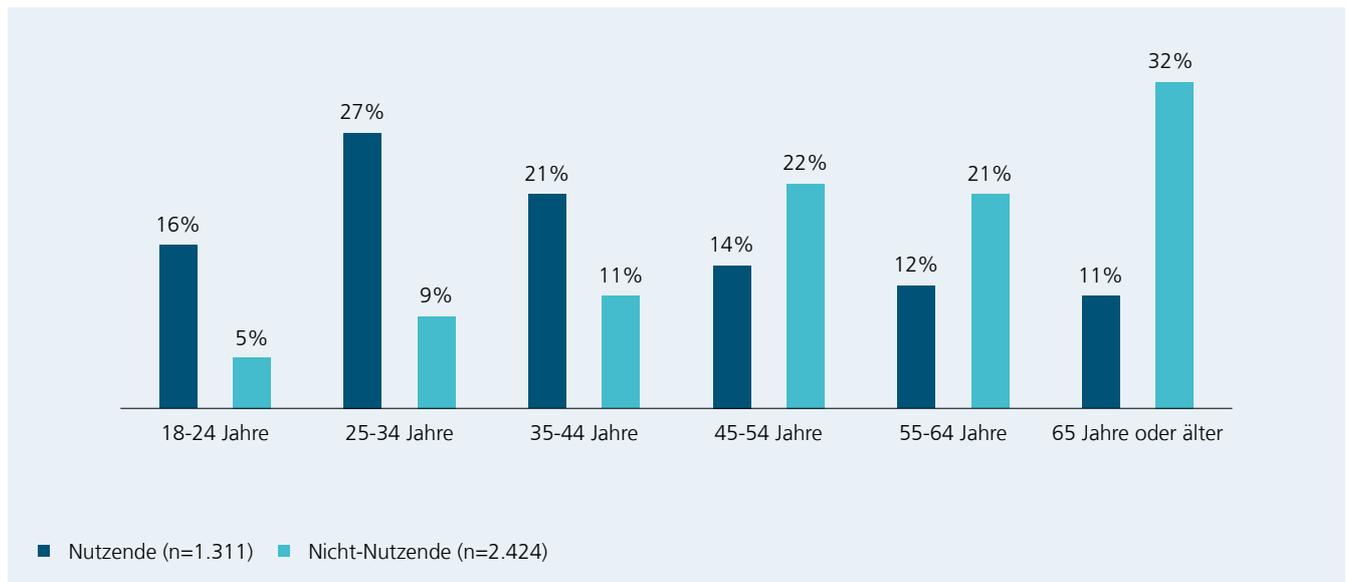


Abbildung 14: Vergleich Altersverteilung Nutzende vs. Nicht-Nutzende

Frage: Bitte geben Sie an, wie alt Sie sind. n=3.735

9 Mann-Whitney-U-Test: U = 891368.50, Z = -22,576, p < .001; Nutzende: M_{Rang} = 1335.91; Nicht-Nutzende: M_{Rang} = 2155.77 (tiefe Werte stehen für ein junges Alter)

10 r_s = -.369, p < .01

11 χ²(1) = 197.930, p < .001, φ = -.232

12 χ²(1) = 148.850, p < .001, φ = .201

13 Mann-Whitney-U-Test: U = 1113458.00, Z = -14,976, p < .001; Nutzende: M_{Rang} = 2172.51; Nicht-Nutzende: M_{Rang} = 1658.95 (hohe Werte stehen für ein höheres formales Bildungsniveau)

14 χ²(9) = 374.716, p = .001, V = .317

15 χ²(1) = 218.371, p < .001, φ = .242

der Nutzenden sind im Ruhestand, wohingegen der Anteil unter Nicht-Nutzenden bei 37 Prozent liegt.¹⁶ Insgesamt liegt der Anteil an Rentner:innen unter ÖPNV-Nutzenden bei 17 Prozent. Dies deutet darauf hin, dass von der Personengruppe der

Rentner:innen der ÖPNV generell nicht (häufig) genutzt wird und somit davon auszugehen ist, dass das Deutschlandticket für Rentner:innen aufgrund der generell nur selten genutzten öffentlichen Verkehrsmittel keine Durchdringung findet.

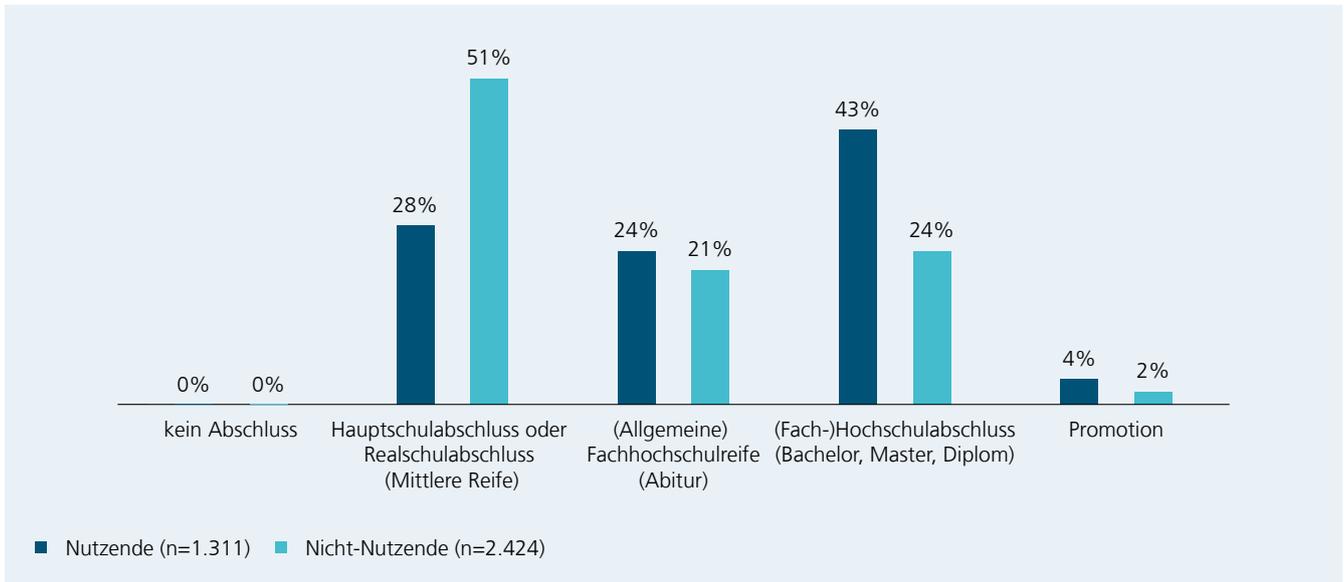


Abbildung 15: Vergleich Bildungsabschlüsse Nutzende vs. Nicht-Nutzende

Frage: Bitte geben Sie Ihren höchsten Bildungsabschluss an. n=3.735

Hinweis: Die Antwortoption "kein Abschluss" wurde nicht abgebildet, da diese in beiden Gruppen (Nutzende und Nicht-Nutzende) von 0 Prozent genannt wurde.

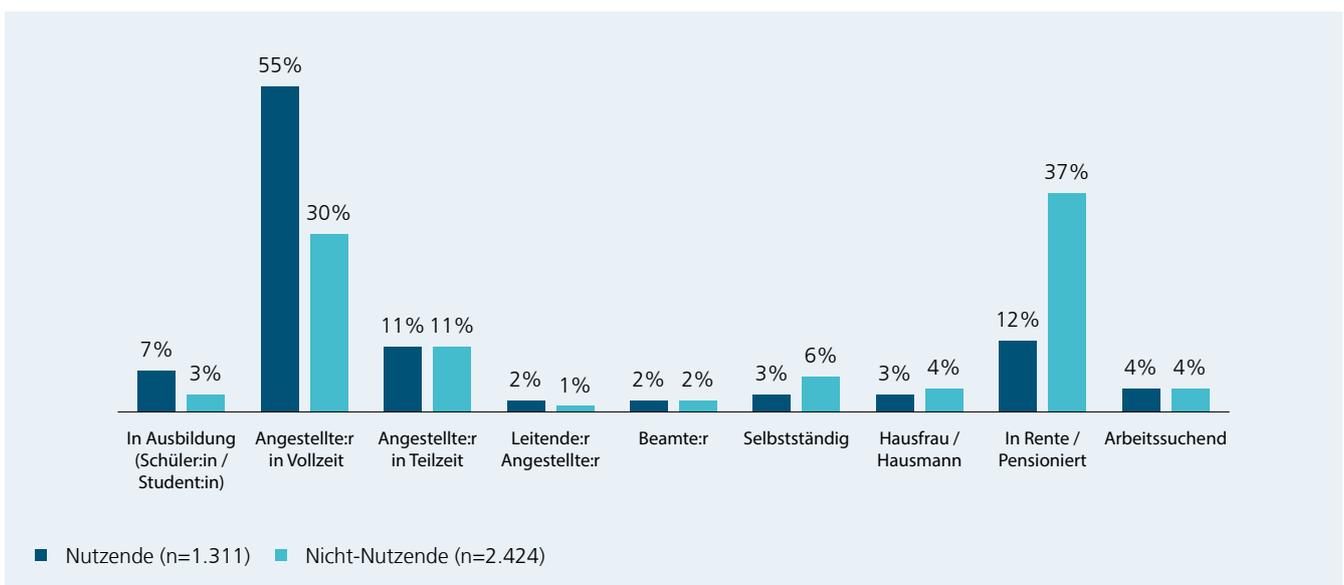


Abbildung 16: Vergleich Beruf Nutzende vs. Nicht-Nutzende

Frage: Welche der folgenden Antwortmöglichkeiten beschreibt Ihr derzeitiges Beschäftigungsverhältnis am besten? n=3.735

¹⁶ $\chi^2(1) = 258.932, p < .001, \phi = -.263$

Diese Erkenntnisse spiegeln sich auch in der Betrachtung des verfügbaren durchschnittlichen Haushaltsnettoeinkommens (HHNEK) wider, wie in Abbildung 17 dargestellt. Dieses betrug 2023 in Deutschland durchschnittlich 3.813 Euro (Statistisches Bundesamt, 2022). Etwas mehr als die Hälfte der Nutzenden des Deutschlandtickets (56 Prozent) gaben an, ein durchschnittlichem HHNEK bis zu 3.999 Euro monatlich zur Verfügung zu haben. Unter Nicht-Nutzenden sind dies deutlich mehr (71 Prozent). In Kategorien oberhalb des deutschlandweiten Durchschnittseinkommens, d. h. ab 4.000 Euro monatlichem HHNEK, ordneten sich 39 Prozent der Nutzenden und 21 Prozent der Nicht-Nutzenden des Deutschlandtickets ein. Dies deutet darauf hin, dass Nutzende über ein durchschnittlich höheres HHNEK als Nicht-Nutzende verfügen.

Letztlich soll ein Blick auf die Haushaltsgröße Aufschluss über die Lebenssituation von Nutzenden und Nicht-Nutzenden des Deutschlandtickets geben. Dabei zeigt Abbildung 18, dass die Verteilung von Single-Haushalten unter beiden Gruppen ähnlich groß ist. Jedoch stellen sie unter den Nutzenden mit knapp einem Viertel (24 Prozent) die drittgrößte Gruppe dar; unter den Nicht-Nutzenden sind Single-Haushalte mit 30 Prozent

hingegen die zweitgrößte Gruppe. Die mit Abstand meisten Nicht-Nutzenden (46 Prozent) leben in Zwei-Personen-Haushalten. Die Verteilung der Nutzenden zeigt, dass die Haushaltssituation zwischen Single- und Dreipersonenhaushalten recht ausgeglichen ist und zwischen 24 und 31 Prozent schwankt. Es zeigt sich, dass mehr Nicht-Nutzende in Single- und Zweipersonenhaushalten leben als Nutzende. Bei Haushaltsgrößen ab drei Personen ist das Gegenteil der Fall.¹⁷ Es existiert somit ein positiver Zusammenhang zwischen der Nutzung des Deutschlandtickets und der Haushaltsgröße.¹⁸ Es zeigt sich, dass dieser positive Zusammenhang insbesondere auf Haushalte zurückzuführen ist, in denen Befragte mit ihren Kindern leben, unabhängig davon, wie alt die Kinder sind.¹⁹ Ein tieferer Blick in die Daten offenbart darüber hinaus, dass mit jüngerem Alter der Kinder im Haushalt eine häufigere Nutzung des Deutschlandtickets einhergeht.²⁰ Somit ist davon auszugehen, dass das Deutschlandticket besonders für Familien mit minderjährigen Kindern attraktiv ist. Ein möglicher Erklärungsansatz für den festgestellten Zusammenhang könnte sein, dass das Ticket für Familien mit Kindern insbesondere deshalb attraktiv ist, da Kinder unter sechs Jahren kostenlos mit dem Deutschlandticket von Erwachsenen mitfahren können.

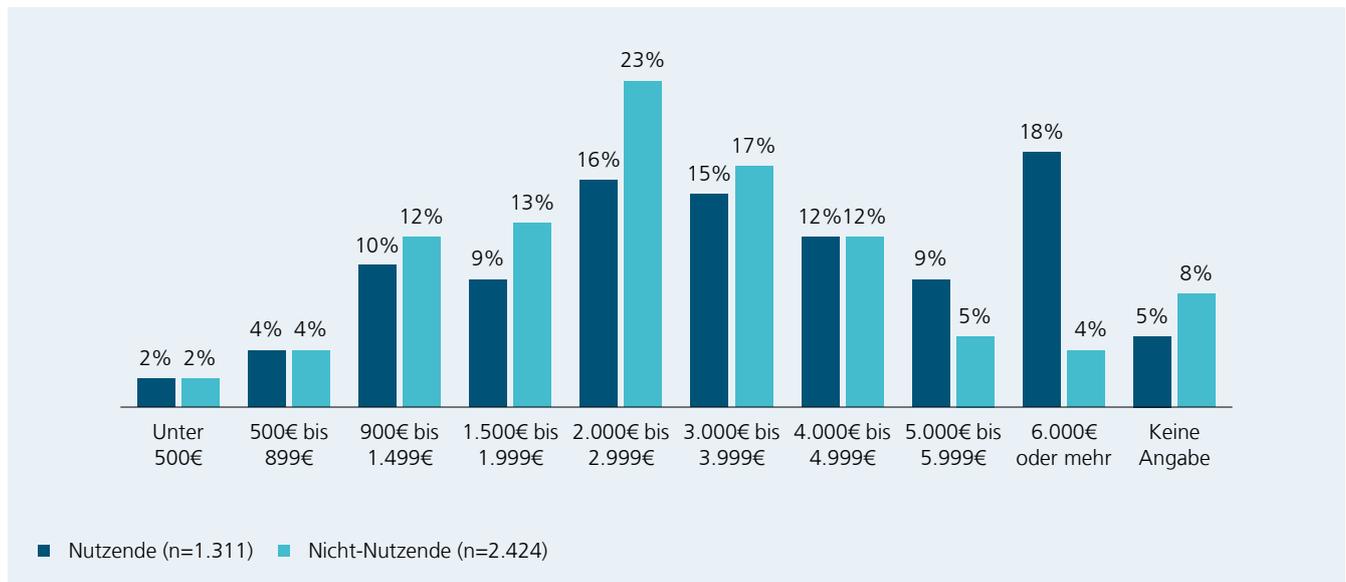


Abbildung 17: Vergleich Haushaltsnettoeinkommen Nutzende vs. Nicht-Nutzende

Frage: Wie hoch ist Ihr monatliches Haushaltsnettoeinkommen, also nach allen Abzügen? n=3.735

17 Mann-Whitney-U-Test: $U = 1276525.50$, $Z = -10,420$, $p < .001$; Nutzende: $M_{\text{Rang}} = 2106.30$; Nicht-Nutzende: $M_{\text{Rang}} = 1739.12$ (hohe Werte stehen für größere Haushalte)

18 $r_s = .171$, $p < .01$

19 $\chi^2(1) = 231.464$, $p < .001$, $\phi = .249$

20 Mann-Whitney-U-Test: $U = 168514.50$, $Z = -5,513$, $p < .001$; Nutzende: $M_{\text{Rang}} = 585.38$; Nicht-Nutzende: $M_{\text{Rang}} = 689.05$ (hohe Werte stehen für ein höheres Alter der Kinder im Haushalt), $r_s = -.155$, $p < .01$; bei mehreren Kindern im Haushalt wurde für die Berechnung das jüngste Kind berücksichtigt

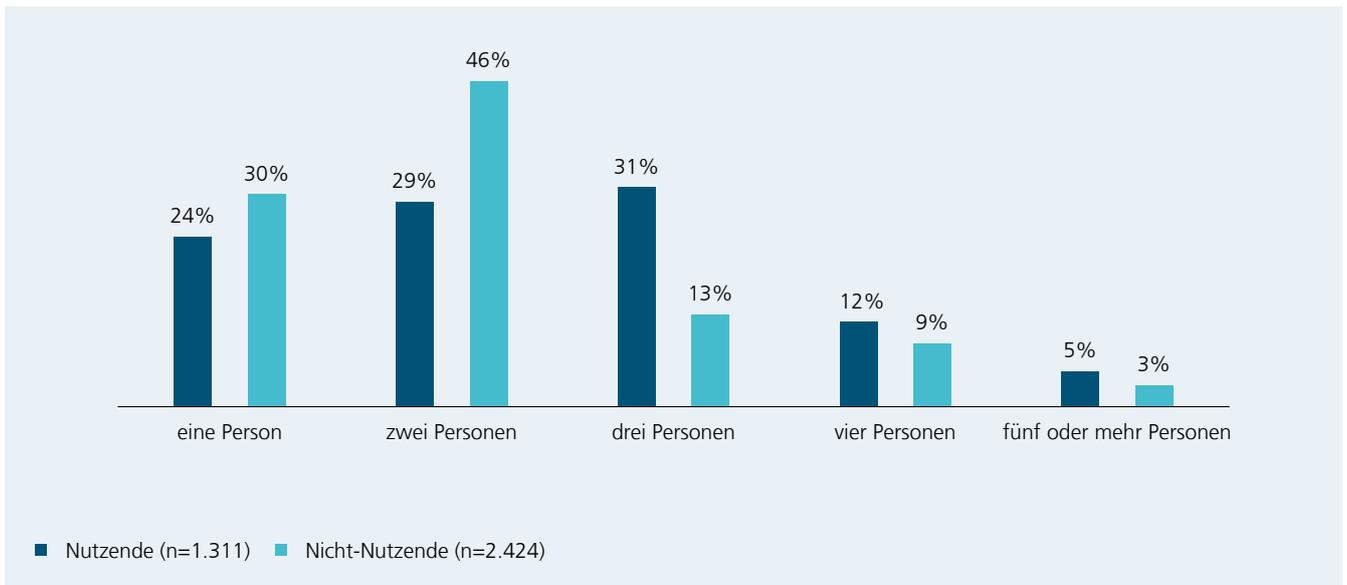


Abbildung 18: Vergleich Haushaltsgröße Nutzende vs. Nicht-Nutzende

Frage: Wie viele Personen leben (inklusive Ihnen selbst) in Ihrem Haushalt? n=3.735



© Adobe Stock, Chris Mann

Persönlichkeit: Hohes Umweltbewusstsein und Identifikation als ÖPNV-Fahrer:in unter den Deutschlandticket-Nutzenden.

Doch wie unterscheiden sich beide Gruppen hinsichtlich ihrer Persönlichkeit? In folgender Abbildung 19 sowie in Abbildung 20 sind eine Reihe ausgewählter Merkmale dargestellt, welche die Charakteristika und die Persönlichkeit der Befragten beschreiben.²¹ Anhand statistischer Tests wird deutlich, dass sich Nutzende des Deutschlandtickets von Nicht-Nutzenden in allen Persönlichkeitsmerkmalen, die die Studie berücksichtigt, signifikant unterscheiden.²²

Das Sicherheitsbedürfnis ist sowohl von Nutzenden ($M=4,08$)²³ als auch von Nicht-Nutzenden ($M=4,14$) das am stärksten ausgeprägte Persönlichkeitsmerkmal und weist nur marginale Unterschiede auf. Die Bewertungen der Eigenschaften Technologieaffinität ($M=2,89$) und Identifikation als ÖPNV-Fahrer:in ($M=2,46$) bei Nicht-Nutzenden sind die einzigen unterhalb der neutralen Skalenmitte und deuten auf eine geringe Ausprägung hin. Der größte Unterschied zeigt sich bei der Selbsteinschätzung zur Identifikation als ÖPNV-Fahrer:in: Die Differenz von mehr als einem Skalenpunkt (Mittelwertdifferenz (MDiff)=1,08) deutet darauf hin, dass Deutschlandticket-Nutzende vom ÖPNV stark überzeugt sind und sich selbst als starke Befürworter und Nutzende einordnen, wohingegen Nicht-Nutzende eine ablehnende Haltung aufweisen. Das Deutschlandticket scheint insbesondere von ÖPNV-Überzeugten genutzt zu werden, was die kritische Frage nach der verfehlten Erreichung ÖPNV-fremder Nutzerschaft aufwirft. Die Differenz von knapp einem halben Skalenpunkt (MDiff=0,42) deutet auf ein stärkeres Umweltbewusstsein in Bezug auf nachhaltiges Mobilitätsverhalten von Deutschlandticket-Nutzenden im Vergleich zu Nicht-Nutzenden hin. Nutzende sind zudem etwas technologieaffiner als Nicht-Nutzende (MDiff=0,22) und weisen eine positivere Grundhaltung gegenüber der Shared Economy (MDiff=0,24) auf. Insgesamt decken sich diese Eigenschaften, auch in Kombination mit den soziodemografischen Kriterien, mit den Eigenschaften von Early Adopters (Jarass, 2014; Krauss, et al., 2020; Schwab, 2022).

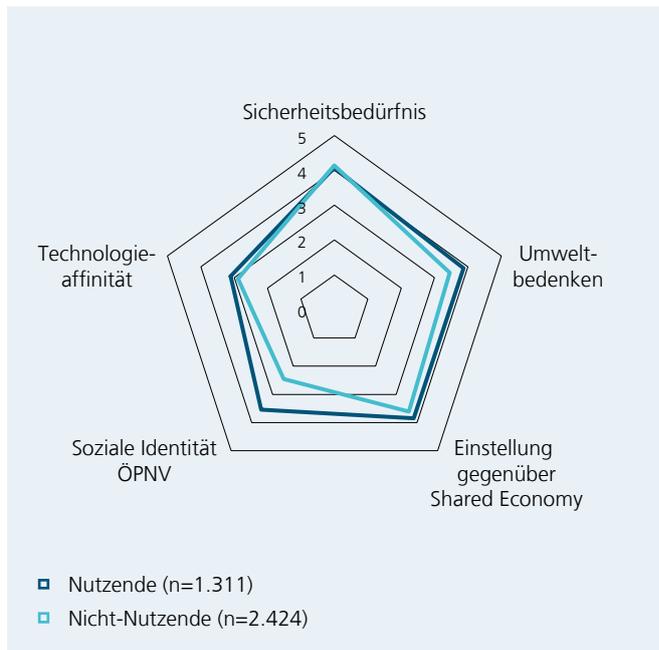


Abbildung 19: Übersicht Persönlichkeitsmerkmale Nutzende vs. Nicht-Nutzende

Latente Konstrukte, abgebildet in multi-item-Skalen. Bitte geben Sie an, inwiefern Sie den folgenden Aussagen zustimmen. Skala: 5=stärkste Zustimmung und damit stärkste Ausprägung, 1=schwächste Zustimmung und damit schwächste Ausprägung. $n=3.735$

²¹ Langfristige Einstellungen und Merkmale von Nutzenden wirken auf das Entscheidungsverhalten sowie auf die generelle Akzeptanz der Maßnahmen. Aus diesem Grund werden diese individuellen Charakteristika mit Hilfe latenter Konstrukte erhoben. Diese latenten Konstrukte werden mit Hilfe von Skalen bestehend aus mehreren Items abgebildet.

²² Statistische Ergebnisse: Einstellung gg. Shared Economy: $F(3733, 2873.35) = 7.95, p < .001$; Sicherheitsbedürfnis: $F(3733, 2405.03) = 28.47, p < .001$; Umweltschwerpunkte: $F(3733, 2980.20) = 20.24, p < .001$; Technologieaffinität: $F(3733, 3105.40) = 55.34, p < .001$; Soziale Identität ÖPNV: $F(3733, 2851.70) = 8.49, p < .001$.

²³ Latente Konstrukte, abgebildet in multi-item-Skalen. Bitte geben Sie an, inwiefern Sie den folgenden Aussagen zustimmen. Skala: 5=stärkste Zustimmung und damit stärkste Ausprägung, 1=schwächste Zustimmung, damit schwächste Ausprägung.

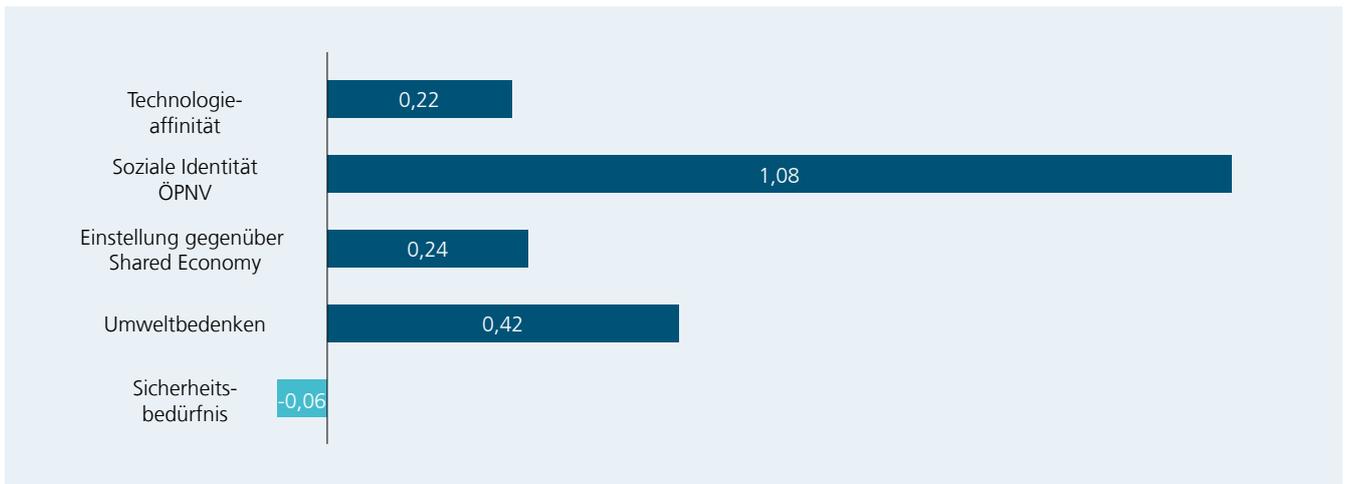


Abbildung 20: Mittelwertdifferenz MDiff Persönlichkeitsmerkmale Nutzende vs. Nicht-Nutzende

Notiz: Abbildung 20 zeigt die Subtraktion der abgebildeten Mittelwerte von Nutzenden und Nicht-Nutzenden.
 Lesebeispiel: Nutzende sind durchschnittlich (um 0,22 Skaleneinheiten) technologieaffiner als Nicht-Nutzende.



© Adobe Stock, Svitlana

Mobilitätsverhalten: Deutschlandticket-Nutzende fahren mindestens einmal wöchentlich mit dem ÖPNV. Nicht-Nutzende sind Pkw-abhängiger und zum Teil ÖPNV-Verweigerer:innen.

Doch spiegelt sich die Identifikation als ÖPNV-Fahrer:in auch im tatsächlichen Mobilitätsverhalten der Deutschlandticket-Nutzenden wider? Anhand der ausgewählten, mindestens wöchentlichen Nutzung des öffentlichen Nahverkehrs in Abbildung 21 zeigt sich, dass Nutzende des Deutschlandtickets auch signifikant häufiger den ÖPNV nutzen als Nicht-Deutschlandticket-Nutzende.²⁴ 70 Prozent der Deutschlandticket-Nutzenden nutzen den ÖPNV mindestens einmal pro Woche; unter den Nicht-Nutzenden sind dies lediglich 17 Prozent. Der ÖPNV wird also von einigen Nutzenden sehr regelmäßig als Verkehrsmittel genutzt. Die größte Differenz in der Nutzungshäufigkeit zeigt sich jedoch bei den Personen, die den ÖPNV nie nutzen. Unter Deutschlandticket-Nutzenden sind dies lediglich 3 Prozent, unter Nicht-Nutzenden etwas mehr als jede vierte Person (28 Prozent). Dies deutet darauf hin, dass es unter Nicht-Nutzenden des Deutschlandtickets eine nicht unerhebliche Menge grundsätzlicher ÖPNV-Verweigerer:innen gibt. Entsprechend lässt sich auch die geringere Identifikation als ÖPNV-Fahrer:in (siehe Abbildung 19) erklären.

In Abbildung 22 wird veranschaulicht, inwieweit sich der Pkw-Besitz von Nutzenden und Nicht-Nutzenden des Deutschlandtickets unterscheidet. Es zeigt sich, dass Nutzende fast genauso häufig einen oder mehrere Pkw im Haushalt besitzen, wie Nicht-Nutzende. 81 Prozent der Deutschlandticket-Nutzenden geben an, mindestens einen Pkw in Ihrem Haushalt zu besitzen, bei den Nicht-Nutzenden sind es sogar 86 Prozent. Ähnlich sieht das in der Betrachtung der Pkw-Nutzung aus: Mehr als drei Viertel aller Nicht-Nutzenden des Deutschlandtickets (78 Prozent) nutzen den privaten Pkw mindestens wöchentlich.

72 Prozent der Nutzenden des Deutschlandtickets benutzen ihren Privat-Pkw mindestens wöchentlich.

Es wird deutlich, dass sowohl bei Nutzenden als auch Nicht-Nutzenden des Deutschlandtickets der Privat-Pkw weiterhin das primäre Verkehrsmittel darstellt. Das Deutschlandticket stellt noch keine langfristige Alternative zum Privat-Pkw dar. Eine mögliche Ursache könnte in der (nicht hinreichend) verfügbaren ÖPNV-Infrastruktur und der damit verbundenen Abhängigkeit vom Pkw liegen.

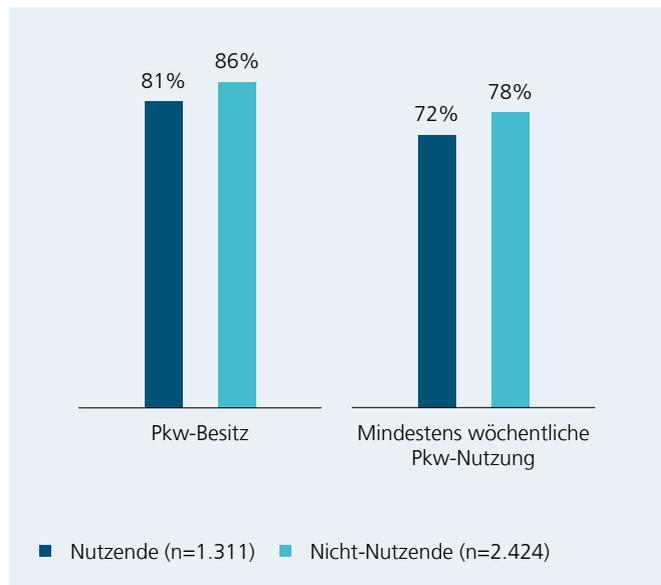


Abbildung 22: Pkw-Besitz und -Nutzungshäufigkeit Nutzende vs. Nicht-Nutzende

Fragen: Besitzen Sie oder eine Person in Ihrem Haushalt einen Pkw? Wie häufig nutzen Sie die folgenden Verkehrsmittel [Privater Pkw]? n=3.735

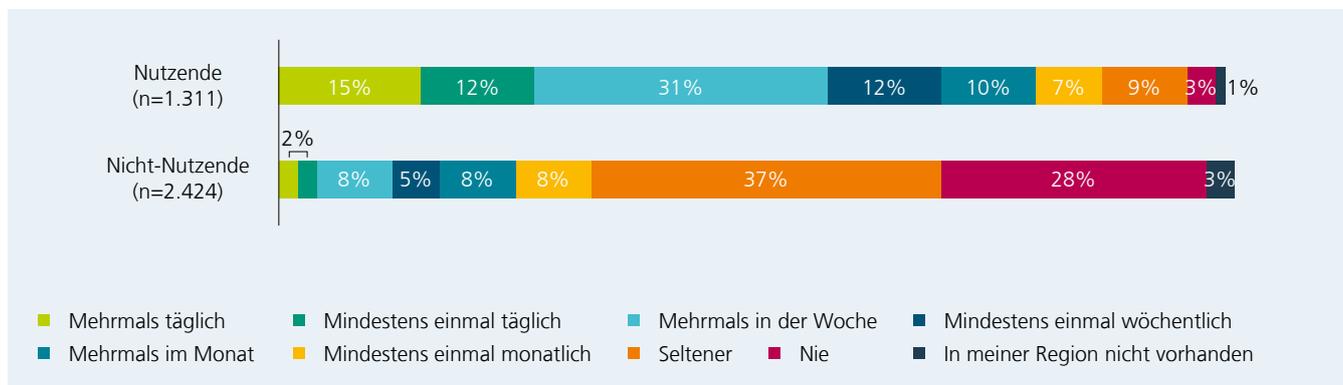


Abbildung 21: ÖPNV-Nutzungshäufigkeit Nutzende vs. Nicht-Nutzende

Frage: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Verkehrsmittel [ÖPNV]? n=3.735

²⁴ $\chi^2(1) = 1053.285, p < .001, \phi = .531$

Die Pkw-Abhängigkeit wurde in Abbildung 23 und in Kombination mit dem Wohnort der Befragten (siehe Abbildung 24) untersucht. Es zeigt sich, dass Nicht-Nutzende des Deutschlandtickets signifikant abhängiger vom Pkw sind als Nutzende.²⁵ Deren Bewertung deutet auf eine Tendenz zur Nicht-Abhängigkeit vom Privat-Pkw hin. Ob dies in direktem Zusammenhang mit dem Wohnort in urbanen oder ländlich geprägten Gebieten, in denen der ÖPNV tendenziell schlechter ausgebaut ist (Klinge, 2021), steht, zeigt Abbildung 24.

Nutzende des Deutschlandtickets leben signifikant häufiger im urbanen Raum als Nicht-Nutzende²⁶: Mehr als die Hälfte der Nutzenden (53 Prozent) gab an, in Städten mit mindestens 100.000 Einwohner:innen zu leben, wohingegen es unter Nicht-Nutzenden nur 28 Prozent sind. Die Betrachtung des ruralen Raums bestätigt diese Aussage: Hier leben Nicht-Nutzende signifikant häufiger als Nutzende des Deutschlandtickets²⁷. Knapp drei Viertel der Nicht-Nutzenden (72 Prozent) lebt in Kommunen und Städten bis 99.999 Einwohner:innen.

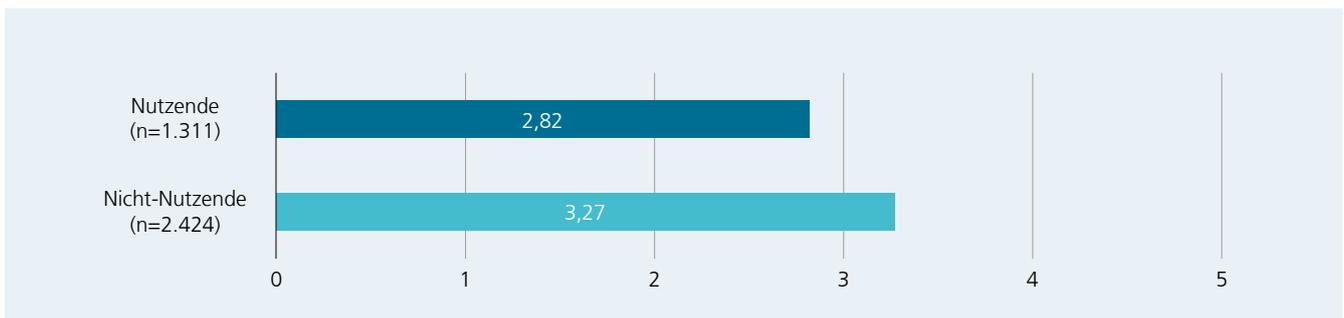


Abbildung 23: Abhängigkeit vom Pkw Nutzende vs. Nicht-Nutzende

Frage: Bitte geben Sie an, inwiefern Sie den folgenden Aussagen [zur Pkw-Abhängigkeit] zustimmen. n=3.735

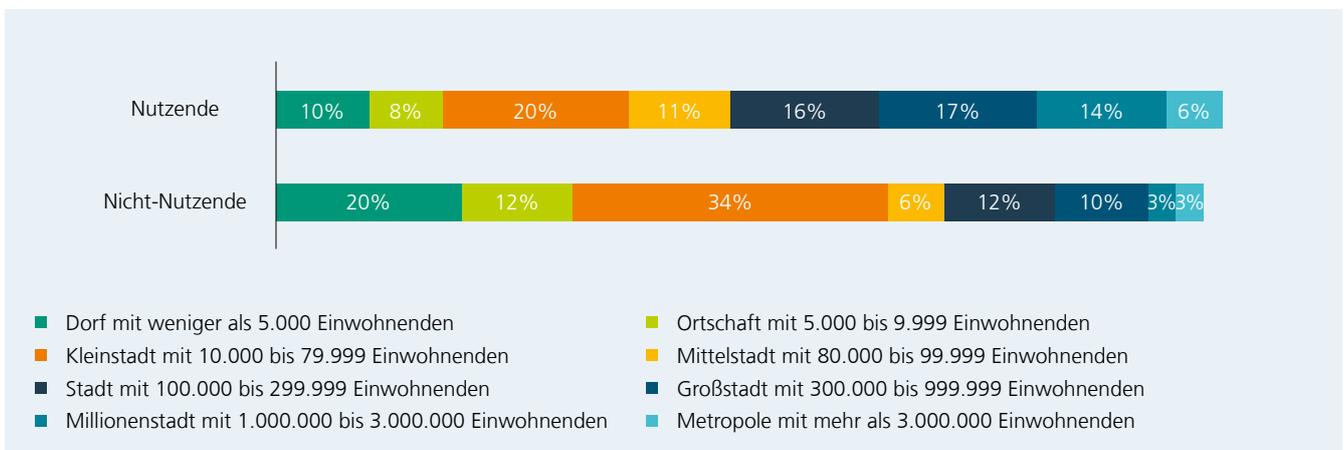


Abbildung 24: Wohnort Nutzende vs. Nicht-Nutzende

Frage: Wie würden Sie Ihren derzeitigen Wohnort beschreiben? n=3.735

²⁵ (95 Prozent-Cl[0.39, 0.50]), $t(2849.74) = 15.90, p < .001$

²⁶ Mann-Whitney-U-Test: $U = 1096020.50, Z = -15,946, p < .001$; Nutzende: $M_{\text{Rang}}=2243.98$; Nicht-Nutzende: $M_{\text{Rang}}=1664.65$ (hohe Werte stehen für Wohnorte mit höherer Einwohnerzahl), $r_s = .261, p < .001$

²⁷ $\chi^2(1) = 204.403, p < .001, \phi = -.234$

4.3. Auswirkungen und Nachhaltigkeitseffekte

Die Analyse der Nutzenden des Deutschlandtickets und solchen, die dies nicht tun, wirft eine Reihe unterschiedlicher Erklärungsansätze für die differenzierten Zielsetzungen der Bundesregierung mittels des Deutschlandtickets auf. Inwieweit das Deutschlandticket tatsächlich zu einer Veränderung im Mobilitätsverhalten der deutschen Bevölkerung führt und damit aktiv zur Mobilitätswende beiträgt, wird wie folgt erläutert. Anhand der in Abbildung 25 dargestellten Wirkungskette werden die Effekte, die dem Deutschlandticket direkt zugeordnet werden können, aufgezeigt. Mittels der Deutschlandticket bedingten ÖPNV-Mehrnutzung lässt sich auf Basis der substituierten Pkw-Fahrten ein Modal Shift vom motorisierten Individualverkehr (MIV) auf den ÖPNV ermitteln und anhand der Anzahl substituierter Fahrten detailliert quantifizieren und zuordnen.

Das Deutschlandticket wirkt: 46 Prozent der befragten Deutschlandticket-Nutzenden nutzen den ÖPNV häufiger als vor Ticket-Besitz.

Nutzende des Deutschlandtickets wurden befragt, inwieweit sich ihre ÖPNV-Nutzung seit Besitz des Deutschlandtickets verändert hat. Dies bildet die Basis für die Berechnung des Modal Shifts durch das Deutschlandticket. In Abbildung 26 fällt auf, dass 46 Prozent der Befragten mit Deutschlandticket seit Besitz den ÖPNV häufiger nutzen als zuvor. Knapp die Hälfte (49 Prozent) gab an, den ÖPNV genauso häufig wie zuvor zu nutzen. Lediglich 5 Prozent nutzen den ÖPNV seltener. Hieraus wird zunächst deutlich, dass das Deutschlandticket überwiegend zu einer mindestens gleichbleibenden, vielmehr verstärkten ÖPNV-Nutzung im Vergleich zur Zeit vor dem Deutschlandticket geführt hat. Das Deutschlandticket wirkt.

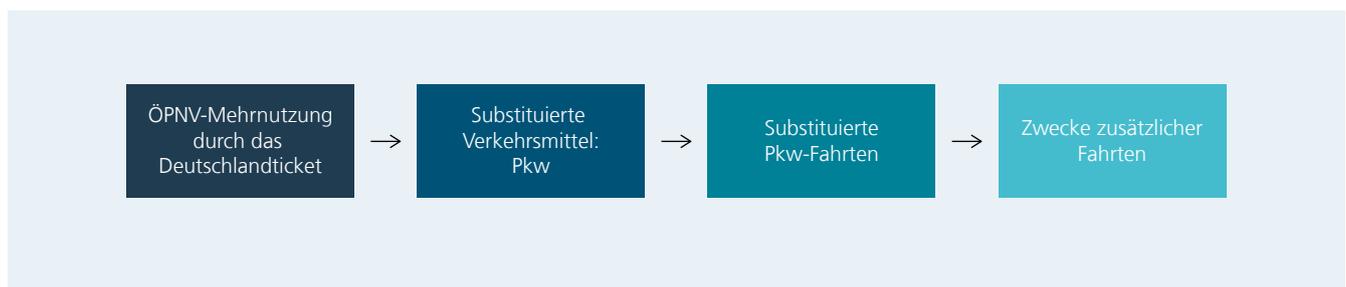


Abbildung 25: Wirkungskette Deutschlandticket

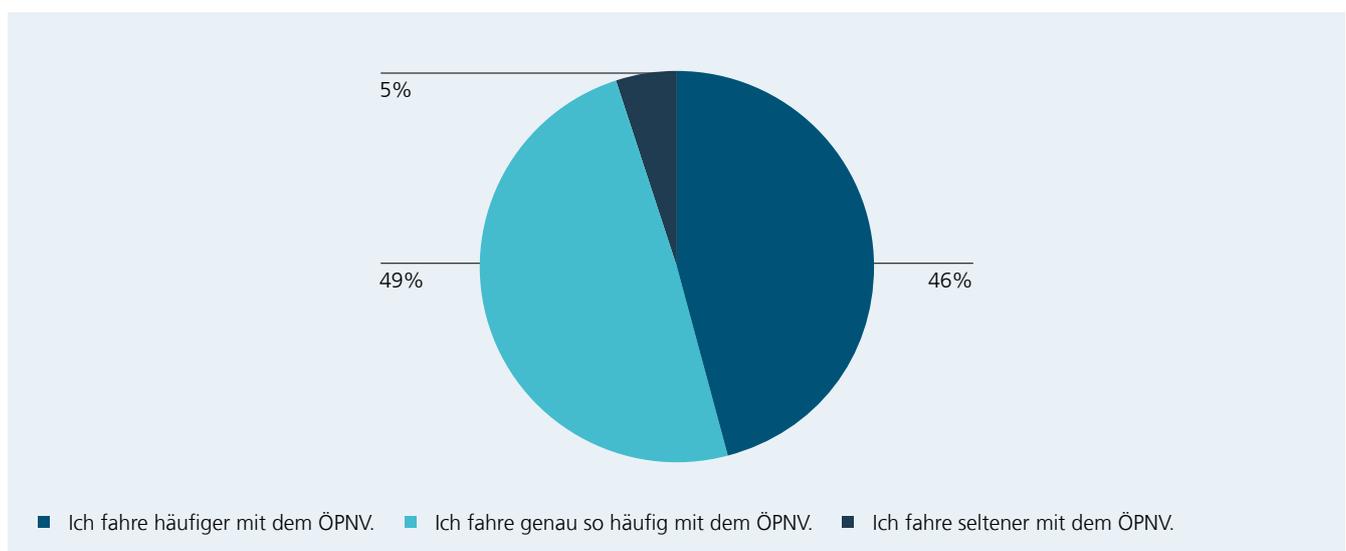


Abbildung 26: ÖPNV-Nutzung seit Deutschlandticket-Besitz

Frage: Inwieweit hat sich Ihre ÖPNV-Nutzung, seit Sie das Deutschlandticket besitzen, verändert? n=1.311

Deutschlandticket: Instrument zur (Pkw-) Substitution

Dass der ÖPNV durch den Besitz des Deutschlandtickets häufiger genutzt wird, ist ein Fakt. Doch welche Strecken mit welchem Verkehrsmittel werden hierdurch ersetzt? Es stellt sich die Frage, ob diese Mehrfahrten mit dem ÖPNV zuvor gar nicht getätigt wurden und durch das Deutschlandticket die Gesamtmobilitätsleistung gesteigert wurde. Alternativ wurde der Frage nachgegangen, ob es zu einer Verkehrsverlagerung durch das Deutschlandticket gekommen ist.

Abbildung 27 zeigt die drei meistgenannten substituierten Verkehrsmittel der Personen, die den ÖPNV seit Einführung des Deutschlandtickets häufiger nutzen. Die oben erstgenannte Frage kann einfach beantwortet werden: nur 12 Prozent der Personen, die aufgrund des Deutschlandtickets zusätzliche ÖPNV-Wege tätigten, haben diese neu generiert. Das Deutschlandticket stellt somit nur eingeschränkt ein mobilitätsinduzierendes Instrument dar, obwohl es durch die deutschlandweite Gültigkeit stark an »Betriebsgebiet« bzw. »Leistung« gewinnt. Vielmehr trägt das Deutschlandticket tatsächlich zu einer Verlagerung von MIV auf ÖPNV bei: Meist sind diese Zusatzstrecken substituierte Pkw-Fahrten. Mehr als die Hälfte der Personen (54 Prozent), die aufgrund des Deutschlandtickets ÖPNV-Mehrfahrten tätigten, haben diese zuvor im Pkw als Selbstfahrer:in zurückgelegt. Dies betrifft Pkw-Mitfahrer:innen gleichermaßen: 26 Prozent der Befragten, die ÖPNV-Mehrfahrten absolvierten, saßen für diese Strecken zuvor als Mitfahrer:in im Auto. Das Deutschlandticket wirkt erneut und bringt Menschen vom Pkw auf geteilte, öffentliche Verkehrsmittel.

Doch auch Soft Modes machen Abstriche durch das Deutschlandticket. 36 Prozent der Personen, die durch das Deutschlandticket ÖPNV-Mehrfahrten generierten, sind zuvor zu Fuß oder mit dem Fahrrad unterwegs gewesen. Das Deutschlandticket substituiert also nicht nur den MIV, sondern verlagert auch Strecken, die zuvor mit »aktiver« Mobilität zurückgelegt wurden.²⁸

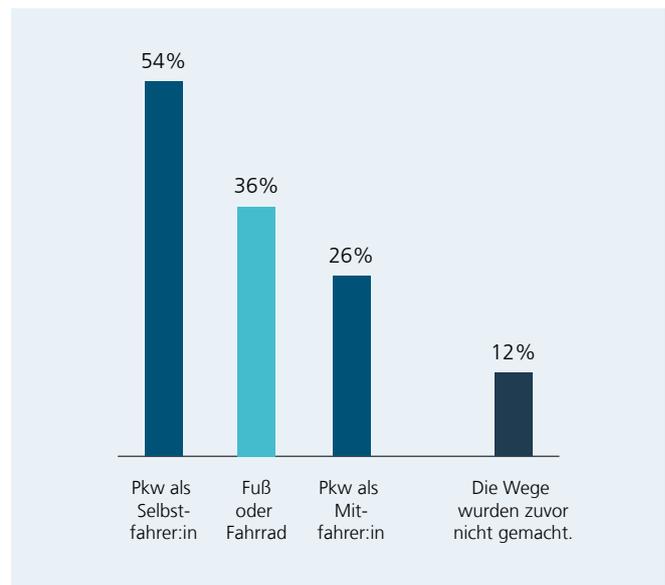


Abbildung 27: Top 3 der substituierten Verkehrsmittel

Frage: Sie haben angegeben, den ÖPNV häufiger zu nutzen, seit Sie im Besitz des Deutschlandtickets sind. Haben Sie für diese zusätzlichen Wege mit dem ÖPNV zuvor andere Verkehrsmittel genutzt? n=603 (Personen, die den ÖPNV aufgrund des Deutschlandtickets häufiger nutzen)

In einer durchschnittlichen Woche ersetzen die Deutschlandticket-Nutzenden mehr als eine Fuß- bzw. Fahrradstrecke pro Tag durch den ÖPNV.

Um weitere detaillierte Auswirkungen des Deutschlandtickets auf das Mobilitätsverhalten zu identifizieren, muss die Anzahl der ersetzten Fahrten substituierten Verkehrsmittel genauer untersucht werden. Die meisten Befragten gaben an, Strecken, die zuvor mit dem Pkw oder zu Fuß bzw. mit dem Fahrrad zurückgelegt worden sind, nun mit dem ÖPNV zu tätigen. Bei der Analyse der substituierten Fahrtenanzahl fällt in Abbildung 28 auf, dass pro Woche durchschnittlich mehr Wege zu Fuß bzw. Fahrrad durch den ÖPNV substituiert wurden als Pkw-Fahrten. Durchschnittlich wurden beim Pkw mehr als sechs (M=6,06) und beim Zuzußgehen oder Radfahren sogar mehr als sieben (M=7,31) Fahrten pro Woche durch den ÖPNV substituiert.

Die Interpretation anhand der Relation zur Substitutionshäufigkeit zeigt, dass trotz der höheren Fahrtenanzahl bei substituierten Fuß- und Fahrradwegen der Wirkungsgrad bei ersetzten Pkw-Fahrten sehr viel größer ist. Zwar werden im Schnitt 1,25 mehr Fahrrad- bzw. Fußwege auf den ÖPNV verlagert als auf den MIV, jedoch werden insgesamt von einem größeren Anteil der Befragten (67 Prozent) MIV-Fahrten substituiert. Nichtsdestotrotz: Das Deutschlandticket bringt auch Personen, die zuvor zu Fuß oder mit dem Fahrrad unterwegs waren, auf den ÖPNV.

²⁸ Aktive Mobilität beschreibt »die Fortbewegung mit Hilfe der eigenen Muskelkraft wie Zuzußgehen und Radfahren« (Umweltbundesamt, 2023) und als umweltfreundlich.

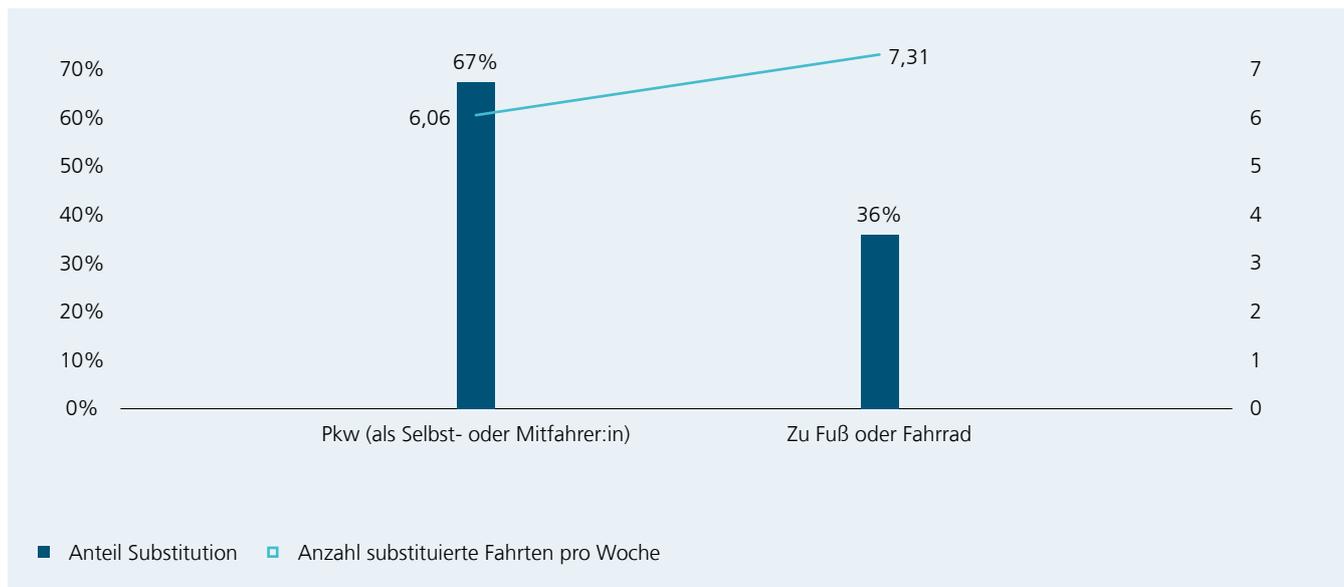


Abbildung 28: Substituierte Fahrten pro Woche

Frage: Sie haben angegeben, dass Sie [Verkehrsmittel] vor Besitz des Deutschlandtickets häufiger genutzt haben. Wie viele [Verkehrsmittel-]Fahrten ersetzen Sie durchschnittlich pro Woche durch den ÖPNV? Mit einer Fahrt ist Hin- und Rückfahrt gemeint. n=603 (Personen, die den ÖPNV aufgrund des Deutschlandtickets häufiger nutzen)

Deutschlandweite Gültigkeit – wichtig, aber selten genutzt.

Wo genau hat das Deutschlandticket nun besonders stark gewirkt? Inwieweit zeigt sich das Alleinstellungsmerkmal – die deutschlandweite Gültigkeit – als Erfolgsgarant? Die Analyse der ÖPNV-Mehrfahrten in Abbildung 29 zeigt eine abnehmende Tendenz nach geografischer Erweiterung: das Deutschlandticket wurde von 71 Prozent der Befragten, die den ÖPNV seit Deutschlandticket-Besitz häufiger nutzen, insbesondere als lokale Erweiterung, d. h. für Mehrfahrten im »eigenen« Verkehrsverbund genutzt. Von mehr als der Hälfte (58 Prozent) wurde das Deutschlandticket in angrenzenden Verkehrsverbänden genutzt. Weniger als ein Viertel (23 Prozent) gaben an, das Deutschlandticket für ÖPNV-Mehrfahrten in nicht angrenzenden Verkehrsverbänden genutzt zu haben. Entsprechend kann festgehalten werden, dass die deutschlandweite Gültigkeit im Vergleich nur eingeschränkt häufig genutzt wurde, obwohl dies als einer der Hauptnutzungsgründe genannt wurde (siehe Abbildung 9). Das Deutschlandticket macht es möglich, komplizierte Tarifstrukturen und Verkehrsverbände zu überwinden bzw. zu kombinieren und dadurch öffentliche Mobilität einfacher zu nutzen. Entsprechend ist das Alleinstellungsmerkmal, die deutschlandweite Gültigkeit, vielmehr ein Instrument zur Flexibilisierung und Vereinfachung als tatsächlich für einen deutschlandweiten Einsatz.

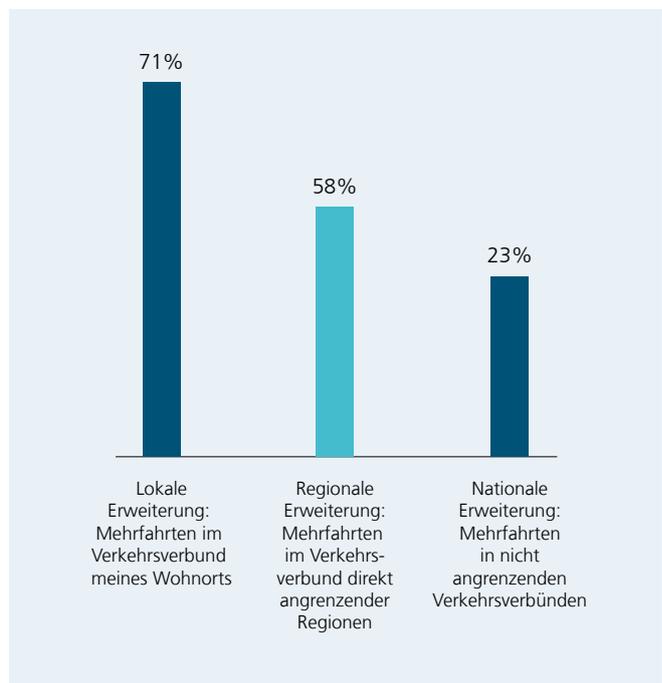


Abbildung 29: Geografische Erweiterung durch das Deutschlandticket

Frage: Sie haben angegeben, den ÖPNV häufiger zu nutzen, seit Sie im Besitz des Deutschlandtickets sind. Für welche der folgenden Fahrten haben Sie den ÖPNV seit Besitz des Deutschlandtickets nun mehr genutzt? n=603 (Personen, die den ÖPNV aufgrund des Deutschlandtickets häufiger nutzen.)



5. Fazit und Ausblick

Diese Studie zeigt, dass ein Drittel der Befragten das Deutschlandticket in den ersten vier Monaten (betrachteter maximaler Gültigkeitszeitraum für diese Studie) mindestens einen Monat besessen haben – das Ticket kommt an: auch genutzt für Freizeitfahrten im Alltag und jedoch meist nur in Form eines Gelegenheitstickets und nicht im eigentlichen Abonnement-Sinn. Und das, obwohl genau diese »Abonnement-Funktionen« besonders geschätzt werden. Der Kündigungsprozess des Abonnements scheint also kein Hindernis für den Kauf zu sein. Knapp die Hälfte der Ticketnutzenden kann als Neukundschaft von ÖPNV-Abonnements charakterisiert werden. Für Personen ohne Berührungspunkte mit ÖPNV-Abonnements eröffnet das Deutschlandticket einen (zweiten) Einstieg. Der erste Einstieg, und gleichzeitig auch wesentlicher Erfolgsfaktor für den Kauf des Deutschlandtickets, wurde bereits mit positiven Erfahrungen im Aktionszeitraum des 9-Euro-Tickets geschaffen. Das Anbieten von »Testmöglichkeiten« hilft also, Menschen an den ÖPNV heranzuführen. Wenn auch primär für Gelegenheitsfahrten.

Ein weiterer Grund zur einfacheren Nutzung des ÖPNV ist die Schaffung eines digitalen Angebots. Dieses Ziel wird durch das Deutschlandticket unterstützt: Am häufigsten wird das Deutschlandticket in digitaler Form genutzt.

Einfachheit zahlt sich aus: Neben den Basischarakteristika eines ÖPNV-Abonnements – Flexibilität in der Fahrthäufigkeit und -zeit – bringt das Deutschlandticket insbesondere das Alleinstellungsmerkmal einer deutschlandweiten Gültigkeit und damit die Unabhängigkeit von komplizierten Tarifstrukturen mit sich. Diese Gründe sind ausschlaggebend für eine Nutzung und werden von den Befragten neben einem attraktiven Preis besonders häufig als Nutzungsgrund genannt.

Doch welcher Preis ist tatsächlich »attraktiv«? Durchschnittlich rund 33 Euro sind laut den Befragungsteilnehmenden günstig, 53 Euro hoch und knapp 75 Euro zu hoch. 49 Euro sind entsprechend also weit entfernt von einer günstigen Preiswahrnehmung. Die Zahlungsbereitschaft von Nutzenden des Deutschlandtickets und solchen, die dies nicht tun,

unterscheidet sich stark: die Bereitschaft von derzeit Nicht-Nutzenden ist in allen Kategorien unterdurchschnittlich; Nutzende hingegen wären bereit, mehr zu bezahlen.

Wer nutzt das Deutschlandticket, wer nicht?

Doch wer nutzt überhaupt das Deutschlandticket und wer (noch) nicht? Die Analysen zeigen, dass Nutzende jünger, höher gebildet und häufiger in Vollzeitjobs beschäftigt sind und dadurch ein höheres Haushaltsnettoeinkommen besitzen als Nicht-Nutzende. Zweitere sind hingegen häufiger in Rente und leben in Zwei-Personen-Haushalten. Hinsichtlich der Persönlichkeit (insbesondere in Kombination mit den soziodemografischen Merkmalen) zeigt sich bei Deutschlandticket-Nutzenden ein Abbild von Charaktereigenschaften der Early Adopters: Sie sind umweltbewusster sowie technologieaffiner und weisen positivere Einstellungen gegenüber der Shared Economy auf. Deutschlandticket-Nutzende identifizieren sich stark als ÖPNV-Fahrende, wohingegen Nicht-Nutzende eine ablehnende Haltung aufweisen. Das Deutschlandticket scheint insbesondere von ÖPNV-Überzeugten genutzt zu werden, was die kritische Frage nach der verfehlten Erreichung ÖPNV-fremder Nutzenden aufwirft. Eine Ursache könnte in der (nicht hinreichend) verfügbaren ÖPNV-Infrastruktur und der damit verbundenen höheren Abhängigkeit der Nicht-Nutzenden des Deutschlandtickets vom Pkw liegen. Die Betrachtung des Wohnorts gibt Aufschluss darüber und zeigt, dass Nicht-Nutzende tatsächlich häufiger in ruraleren Gebieten leben, wohingegen Deutschlandticket-Nutzende häufiger im urbanen Raum zuhause sind.

Das Ticket scheint auf den ersten Blick speziell einen Zugewinn für die urbane Bevölkerung darzustellen, das ÖPNV-Angebotsproblem auf dem Land scheint jedoch eine klare Nutzungsbarriere zu sein. Die Herausforderungen der Pkw-Abhängigkeit und Nutzungsgewohnheiten bzw. Alternativlosigkeit können auch durch ein per se leistungsstarkes und preisattraktives Ticket nicht gelöst werden. Hier muss zunächst am Angebot und an der Zuverlässigkeit des ÖPNV gearbeitet werden, um Nicht-Nutzende für das Deutschlandticket gewinnen zu können.

Welche Nachhaltigkeitspotenziale bringt das Deutschlandticket mit sich?

Auch wenn das Deutschlandticket insbesondere neue Möglichkeiten für die öffentliche Mobilität im urbanen Raum darstellt, zeigt diese Studie starke Effekte in Bezug auf eine Verkehrsverlagerung mit sämtlichen (positiven) ökologischen Nachhaltigkeitswirkungen und -potenzialen. Das Deutschlandticket ist nur eingeschränkt mobilitätsinduzierend und erzeugt vergleichsweise wenig Mehrverkehre. Vielmehr trägt es dazu bei, dass Menschen den ÖPNV häufiger nutzen als noch vor Einführung des Deutschlandtickets. Zudem führt es zu einer Verlagerung vom MIV auf den ÖPNV: Meist sind diese Zusatzstrecken substituierte Pkw-Fahrten. Doch auch Soft Modes, d. h. Strecken zu Fuß und Fahrrad, machen Abstriche und werden durch das Deutschlandticket teils substituiert.

Das Alleinstellungsmerkmal des Tickets, die deutschlandweite Gültigkeit, wird nur geringfügig ausgenutzt, vielmehr wirkt das Ticket als lokale Erweiterung. Dennoch – das Deutschlandticket wirkt und zeigt eine beachtliche Substitutionswirkung und ein hohes Modal-Shift-Potenzial.

Wie geht es weiter?

Hält das Deutschlandticket also was es verspricht? Ist es die »Ticketrevolution« oder das »Instrument« für die Verkehrswende in Deutschland? Zumindest wird deutlich, dass das Ticket in Teilen der Bevölkerung sehr gut angenommen wird und zu einer verstärkten ÖPNV-Nutzung führt. Die dadurch substituierten MIV-Fahrten durch geteilte öffentliche Verkehrsmittel tragen zu einer Reduktion von Emissionen im Verkehrssektor bei. Andererseits zeigt sich auch, dass das Deutschlandticket speziell in Regionen mit hinreichend gut ausgebautem ÖPNV Erfolg erzielen kann. Nur da, wo ein ÖPNV-Angebot überhaupt existiert, kann das Deutschlandticket seine Wirkung und Potenziale entfalten. Das Deutschlandticket selbst ist eine preisattraktive Ticketlösung für die Gesellschaft mit Einfachheitscharakter, löst jedoch keine grundsätzlichen ÖPNV-Angebotsprobleme. Um das volle Potenzial, vor allem im ländlichen Raum, ausschöpfen zu können, bedarf es eines Leistungsausbaus öffentlicher Verkehrsmittel. Im Gesamtmaßnahmenmix der Bundesregierung für die Verkehrswende in Deutschland ist das Deutschlandticket wichtiger Bestandteil und kann aufgrund der hohen Akzeptanz und Durchdringung in der Gesellschaft und den positiven Nachhaltigkeitseffekten als erfolgreich angesehen werden.



© Adobe Stock, rdnzl

6. Literaturverzeichnis

Bayerische Staatsregierung (2023): Für 29 Euro durch ganz Deutschland. Abgerufen am 8. August 2023 von <https://www.bayern.de/fuer-29-euro-durch-ganz-deutschland/>

Berliner Verkehrsbetriebe (BVG) (2023): Die Extra-Portion Mobilität. Abgerufen am 24. Juli 2023 von [https://www.bvg.de/de/de/deutschlandticket-jelbi](https://www.bvg.de/de/deutschlandticket-jelbi)

Bodensee-Oberschwaben Verkehrsverbund GmbH (2023): Deutschlandticket. Abgerufen am 22. August 2023 von <https://www.bodo.de/deutschlandticket.html#c2165>

Bundesregierung (2022): Drittes Entlastungspaket. Abgerufen am 20. September 2023 von »Deutschland steht in einer schwierigen Zeit zusammen«: <https://www.bundesregierung.de/breg-de/schwerpunkte/entlastung-fuer-deutschland/drittes-entlastungspaket-2082584>

Bundesregierung (2023): Die Bundesregierung. Abgerufen am 13.02.2024 von <https://www.bundesregierung.de/breg-de/aktuelles/deutschlandticket-2134074>

Bundesregierung (2023): Ein Ticket für ganz Deutschland. Abgerufen am 15. Mai 2023 von <https://www.bundesregierung.de/breg-de/aktuelles/deutschlandticket-213407>

CINT AB (2023): Consumer Insights and Market Research. Abgerufen am 13.02.2024 von <https://www.cint.com/market-research-and-insights/>

Deutscher Bundestag (2022): Bund finanziert Deutschlandticket mit 1,5 Milliarden Euro. Abgerufen am 16. Mai 2023 von <https://www.bundestag.de/presse/hib/kurzmeldungen-926668>

DeutschlandCard (2023): Das 49€-Ticket: Jetzt in der DeutschlandCard App. Abgerufen am 24. Juli 2023 von <https://www.deutschlandcard.de/49-euro-ticket>

Deutschlandfunk (2023). Was bringt das Deutschlandticket? Abgerufen am 21. Juli 2023 von <https://www.deutschlandfunk.de/49-euro-ticket-einigung-bund-laender-oePNV-mobilitaet-100.html>

de/49-euro-ticket-einigung-bund-laender-oePNV-mobilitaet-100.html

Deutschlandticket (2023): Das Deutschlandticket ist da! Abgerufen am 15. Mai 2023 von <https://deutschlandticket.de/>

Freenow (2023): Deutschland-Ticket mit Benefits. Abgerufen am 24. Juli 2023 von <https://www2.free-now.com/de/deutschland-ticket/>

Freiburger Verkehrs-AG (VAG) (2023): Deutschland-Ticket Mit der Monatskarte im Abo bundesweit unterwegs. Abgerufen am 24. Juli 2023 von <https://www.vag-freiburg.de/tickets/monatskarten-abos/deutschland-ticket>

Großraum-Verkehr Hannover (2023): Deutschlandticket für Menschen mit Region-S-Karte. Abgerufen am 8. August 2023 von <https://www.gvh.de/fahrkarten-preise/deutschland-ticket/deutschlandticket-hannover-sozial/>

GVH (2023): GVH plus für das Deutschlandticket. Abgerufen am 22. August 2023 von <https://www.gvh.de/fahrkarten-preise/deutschland-ticket/gvh-plus-fuer-das-deutschlandticket/>

Hamburger Verkehrsverbund (2023): Die größte Tarifreform seit Gründung des hvv:. Abgerufen am 8. August 2023 von Deutlich günstiger und viel einfacher unterwegs mit dem hvv: https://www.hvv.de/resource/blob/103280/1c05783fab-687b394ac0e009c733e802/PM230328_Tarif_Deutschlandticket.pdf

Hamburger Verkehrsverbund (HVV) (2023): hvv Deutschlandticket. Abgerufen am 22. August 2023 von <https://www.hvv.de/de/service/fragen-und-antworten/49-euro-ticket-deutschlandticket>

Harzer Schmalspurbahnen (HSB) (2023): Das Deutschlandticket bei den Harzer Schmalspurbahnen. Abgerufen am 24. Juli 2023 von <https://www.hsb-wr.de/deutschlandticket/>

havelBUS (2023): Online-Bestellung des Deutschlandtickets ab 3. April. Abgerufen am 24. Juli 2023 von <https://www.havelbus.de/online-bestellung-des-deutschlandtickets-ab-3-april/>

Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Wohnen (2023): Flatrate-Ticket Hessenpass mobil. Abgerufen am 8. August 2023 von <https://wirtschaft.hessen.de/hessenpass-mobil>

HNV (2023): Monatskarte Mobil für einen Monat. Abgerufen am 22. August 2023 von <https://www.h3nv.de/fahrscheine/fahrkarten-preise/monatskarte>

Höhne, V. (2022): Wer hat's erfunden?: Verwirrung um Urheber des 9-Euro-Tickets. Tagesspiegel. Abgerufen am 25. September 2023 von <https://www.tagesspiegel.de/politik/urheber-des-9-euro-tickets-wer-hats-erfunden-8829844.html>

Hussy, W. S. (2010): Quantitative Erhebungsmethoden. In W. S. Hussy, *Forschungsmethoden in Psychologie und Sozialwissenschaften: Für Bachelor*. Springer-Lehrbuch.

Info-Portal mobil.nrw (2023): Deutschlandticket. Abgerufen am 21. September 2023 von <https://infoportal.mobil.nrw/organisation-finanzierung/deutschlandticket.html>

Jarass, J. F. (2014): Early Adopter der Elektromobilität in Deutschland. Wer sie sind und wie sie fahren. *INT VERKEHRSWES*, 66.

Klinge, A. (2021): Ländliche Mobilität. Abgerufen am 13.02.2024 von Bundeszentrale für politische Bildung: <https://www.bpb.de/themen/stadt-land/laendliche-raeume/335912/laendliche-mobilitaet/#footnote-target-2>

Kölner Verkehrs-Betriebe AG (KVB) (2023): FAQ Deutschlandticket. Abgerufen am 24. Juli 2023 von <https://www.kvb.koeln/tickets/deutschlandticket/faq.html>

Krauss, K., Scherrer, A., Burghard, U., Schuler, J., Burger, A., & Doll, C. (2020): Sharing Economy in der Mobilität: Potenzielle Nutzung und Akzeptanz geteilter Mobilitätsdienste in urbanen Räumen in Deutschland. Working Paper Sustainability and Innovation, No. S06/2020. Karlsruhe: Fraunhofer-Institut für System- und Innovationsforschung ISI. Abgerufen am 13.02.2024 von <https://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0011-n-5829441>

Loder, A., Cantner, F., Adenaw, L., Siewert, M. B., Goerg, S., & Bogenberger, K. (2023): A Nationwide Experiment Part II: The Introduction of a 49-Euro-per-Month Travel Pass in Germany - An empirical Study on this Fare Innovation. Studie. Abgerufen am 21. Juli 2023 von <https://arxiv.org/pdf/2305.04248.pdf>

Meier, G. & (1999): Die Quotenstichprobe. In G. & Meier, *Stichproben-Verfahren in der Umfrageforschung: Eine Darstellung für die Praxis*. VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Mertes, L. M., & Heine, T. (2023): So lief der Start des Deutschlandtickets Zwischenbilanz nach einem Monat. (ZDF, Herausgeber) Abgerufen am 21. Juli 2023 von <https://www.zdf.de/nachrichten/politik/faq-deutschlandticket-zwischenbilanz-100.html>

Ministerium für Verkehr Baden-Württemberg (2023): Alles zum Deutschlandticket in Baden-Württemberg. Abgerufen am 22. August 2023 von <https://vm.baden-wuerttemberg.de/de/mobilitaet-verkehr/oePNV/verkehrsverbunde-tarife/deutschlandticket-in-baden-wuerttemberg>

Mitteldeutscher Verkehrsverbund (MDV) (2023): Deutschlandticket. Abgerufen am 22. August 2023 von <https://www.mdv.de/ticket/das-abo-deutschlandticket-abschliessen-im-mdv/>

moBiel (2023): Das Deutschlandticket Für 49 Euro bundesweit unterwegs. Abgerufen am 24. Juli 2023 von <https://www.mobiel.de/tickets/deutschlandticket-49-euro-ticket/#c30501>

mo.pla solutions (2023): Das faire Deutschlandticket. Abgerufen am 24. Juli 2023 von <https://www.mopla.solutions/de/tickets/deutschlandticket>

Münchner Verkehrsgesellschaft (MVG) (2023): Für 49 Euro: Mein Deutschlandticket von der MVG. Abgerufen am 24. Juli 2023 von <https://www.mvg.de/tickets-tarife/abonnement/deutschlandticket.html>

Rhein-Sieg Verkehrsgesellschaft (RSVG) (2023): Deutschlandticket. Abgerufen am 24. Juli 2023 von <https://www.rsvg.de/deutschlandticket>

Schwab, P.-N. (2022): Into the minds. Abgerufen am 12. 12 2022). von Der Platz des Early Adopters bei der Technologieakzeptanz: <https://www.intotheminds.com/blog/de/early-adopter/>

Stadt Dresden (2023): Rabatt aufs Deutschlandticket: Mit dem Dresden-Pass kostet es nur die Hälfte. Abgerufen am 8. August 2023 von https://www.dresden.de/de/rathaus/aktuelles/pressemitteilungen/2023/07/pm_030.php?pk_kwd=news

Stadt Freiburg (2023): Vergünstigungen für den öffentlichen Personen-Nahverkehr »Sozialticket«. Abgerufen am 8. August 2023 von <https://www.freiburg.de/pb/974916.html>

Stadt Fürth (2023): 50-prozentiger Zuschuss zum Deutschlandticket. Abgerufen am 8. August 2023 von <https://www.fuerth.de/Home/stadtentwicklung/verkehr/fuerther-zuschuss-zum-deutschlandticket.aspx>

Stadt Mannheim (2023): Deutschlandticket als Sozialticket ab 01.07.2023. Abgerufen am 8. August 2023 von https://www.mannheim.de/sites/default/files/2023-06/Deutschlandticket_Sozialticket_Stand_Mai_2023_0.pdf

Stadt Nürnberg (2023): Das Deutschlandticket. Abgerufen am 24. August 2023 von <https://www.vag.de/aktuelles/aktuelle-meldungen/detail/das-deutschlandticket>

Stadt Tübingen (2023): Haushalt für 2023 verabschiedet - Deutschlandticket wird in Tübingen günstiger. Abgerufen am 8. August 2023 von <https://www.tuebingen.de/38784.html#/39429>

Stadtwerke (SWB) Bus und Bahn (2023): Das SWB-Deutschlandticket. Abgerufen am 24. Juli 2023 von <https://www.swb-busundbahn.de/tickets/deutschlandticket/>

Statistisches Bundesamt (2022): destatis. Abgerufen am 28. November 2023 von Einkommen, Einnahmen und Ausgaben in den Gebietsständen: <https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Einkommen-Konsum-Lebensbedingungen/Einkommen-Einnahmen-Ausgaben/Tabellen/gebietsstaende-lwr.html>

Statistisches Bundesamt (2023): Was ist der Zensus? Abgerufen am 13.02.2024 von https://www.zensus2022.de/DE/Was-ist-der-Zensus/_inhalt.html#toc-3

Tagesschau (2023): 49-Euro-Ticket wirkt sich auf Verkehr aus. Abgerufen am 25. August 2023 von <https://www.tagesschau.de/inland/deutschlandticket-verkehrsverlagerung-100.htm>

Tagesschau (2023): Deutschlandticket wird häufig gekündigt. Abgerufen am 28. November 2023 von <https://www.tagesschau.de/wirtschaft/verbraucher/deutschland-ticket-abo-kuendigung-100.html>

Tarifverbund für die Region Hildesheim (ROSA). (2023): Das nahezu bundesweit gültige ÖPNV-Abo für 49 €. Abgerufen am 22. August 2023 von <https://www.rosa-hildesheim.de/deutschlandticket/?ConsentReferrer=https%3A%2F%2Fwn49.stadtarmobil.de%2F>

Umweltbundesamt (UBA) (2023): Aktive Mobilität. Abgerufen am 13.02.2024 von <https://www.umweltbundesamt.de/themen/verkehr/nachhaltige-mobilitaet/aktive-mobilitaet>

Verband Deutscher Verkehrsunternehmen (VDV) (2022): Bilanz zum 9-Euro-Ticket. Abgerufen am 20. September 2023 von <https://www.vdv.de/bilanz-9-euro-ticket.aspx>

Verbraucherzentrale (2023): Knapp ein Drittel will Deutschlandticket nutzen. Abgerufen am

16. Mai 2023 von <https://www.vzbv.de/meldungen/knapp-ein-drittel-will-deutschlandticket-nutzen>

Verbraucherzentrale (2023): Verbraucherreport 2023 - Die Lage der Verbraucher:innen. Berlin: Verbraucherzentrale Bundesverband.

Verkehrs-Aktiengesellschaft Nürnberg (VAG) (2023): Das Deutschlandticket. Abgerufen am 24. Juli 2023 von <https://www.vag.de/aktuelles/aktuelle-meldungen/detail/das-deutschlandticket>

Verkehrsverbund naldo (2023): naldo-Plus. Abgerufen am 22. August 2023 von <https://www.naldo.de/tickets/naldo-plus/>

Verkehrsverbund Region Braunschweig (VRB) (2023): Deutschlandticket Deutschlandweit den ÖPNV nutzen. Abgerufen am 22. August 2023 von <https://www.vrb-online.de/de/tickets/ticketuebersicht/details/deutschlandticket>

Verkehrsverbund Rhein-Neckar (VRN) (2023): Zusatzwertmarke 1. Klasse. Abgerufen am 22. August 2023 von <https://www.vrn.de/tickets/ticketuebersicht/db/erste-klasse/index.html#info/>

Verkehrsverbund Rhein-Ruhr (VRR) (2023): DeutschlandTicket – das bundesweit gültige Ticket für den ÖPNV. Abgerufen am 22. August 2023 von <https://www.vrr.de/de/tickets-tarife/deutschlandticket/>

Verkehrsverbund Rhein-Sieg (VRS) (2023): FahrradTicket Mit dem Fahrrad unterwegs im VRS. Abgerufen am 22. August 2023 von <https://www.vrs.de/tickets/ticketsortiment/sonstige-tickets/fahrradticket>

Verkehrsverbund Oberelbe (VVO) (2023): Das Deutschlandticket für 49 Euro. Abgerufen am 22. August 2023 von <https://www.vvo-online.de/de/tarif-tickets/tickets/deutschlandticket-8584.cshhtml>

Verkehrs- und Tarifverbund Stuttgart (VVS) (2023): Deutschland-Ticket: Jetzt einsteigen und losfahren! Abgerufen am 22. August 2023 von <https://www.vvs.de/deutschlandticket>

Verkehrsverbund Warnow (VVW) (2023): Sichere dir dein Deutschland-Ticket. Abgerufen am 22. August 2023 von <https://www.verkehrsverbund-warnow.de/deutschlandticket.html>

Westdeutscher Rundfunk Köln (WDR) (2023): Deutschlandticket in NRW: Alle wichtigen Infos - auch zu Upgrades. Abgerufen am 22. August 2023 von <https://www1.wdr.de/nachrichten/deutschlandticket-nrw-fragen-antworten-100.html>

Westdeutscher Rundfunk Köln (WDR) (2023): Deutschlandticket: Für Schüler und Sozialleistungsbezieher in NRW wird es günstiger. Abgerufen am 8. August 2023 von <https://www1.wdr.de/nachrichten/deutschlandticket-wird-fuer-schueler-und-sozialleistungsbezieher-guenstiger-100.html>

WochenKurier (2023): Verkaufsstart für das Deutschlandticket am 3. April. Abgerufen am 24. Juli 2023 von <https://www.wochenkurier.info/cottbus/artikel/verkaufsstart-fuer-das-deutschlandticket-am-3-april>



Kontakt

Fraunhofer-Allianz Verkehr
c/o Fraunhofer-Institut für Materialfluss und Logistik IML

Regina Demtschenko
Joseph-von-Fraunhofer-Str. 2-4
44227 Dortmund
regina.demtschenko@iml.fraunhofer.de
info@verkehr.fraunhofer.de