

Combined Competence

Software | Customer Feedback | Employee Feedback

ROGator

EXPERTS IN FEEDBACK & SOFTWARE

Presseinformation

Die Studie „OpinionTRAIN 2022“ untersucht die Nutzung des 9-Euro-Tickets zu Beginn der Gültigkeitsperiode:



„Wie wirkt das 9-Euro-Ticket in den ersten sieben Tagen?“

Datum: Nürnberg, 9. Juni 2022

Verantwortlich für die Studie:

Johannes Hercher

ROGator
EXPERTS IN FEEDBACK & SOFTWARE

Rogator AG

Emmericher Straße 17, D-90411 Nürnberg
Tel: +49 (0) 911 8100 558
Fax: +49 (0) 911 8100 570
j.hercher@rogator.de
www.rogator.de

Prof. Dr. Andreas Krämer

exeo
Strategic Consulting AG

exeo Strategic Consulting AG
Wittelsbacherring 24, D-53115 Bonn
Tel: +49 (0) 178 256 22 41
Fax: +49 (0) 228 629 78 51
andreas.kraemer@exeo-consulting.com
www.exeo-consulting.com



Vorstand: Johannes Hercher
Vorsitzender des Aufsichtsrates: Dr. Stephan Raum
Registernr.: Nürnberg HRB 19335 USt.-IdNr. DE222205375

Rogator AG
Emmericher Str. 17
D - 90411 Nürnberg

fon: +49 911 8100 - 550
fax: +49 911 8100 - 570
mail: info@rogator.de

„Wie wirkt das 9-Euro-Ticket in den ersten sieben Tagen?“

Etwa jeder dritte Deutsche ab 18 Jahren verfügt über das 9-Euro-Ticket / Nutzungsschwerpunkt sind Fahrten am Wohnort / Erhebliche Fahrtenverlagerung vom Pkw zugunsten von Bussen und Bahnen / Trotz punktueller Überlastung der Fahrzeuge hohes Zufriedenheitsniveau

Durch den Tankrabatt und das 9 Euro-Ticket, das seit 01.06.2022 bundesweit im Nahverkehr gültig ist, sollen die Verbraucher im Rahmen des Entlastungspakets Kostensenkungen für Mobilität erfahren. Während eine Reduzierung der Preise für Kraftstoffe eine Woche nach Inkrafttreten bereits in Frage gestellt wird, nachdem die Mineralölkonzerne pünktlich zu Pfingsten die Kraftstoffpreise angehoben haben, ist die Wirkung der günstigen Monatskarte für den Nahverkehr offen. Beim 9-Euro-Ticket scheint sich eine Fangemeinde zu etablieren. Die Deutsche Bahn meldet positive Absatzzahlen und berichtet über eine Verdopplung der Verkäufe innerhalb einer Woche, so dass bisher etwa 6,5 Mio. Tickets allein bei der DB verkauft wurden. Der Hamburger Verkehrsverbund meldete bereits am 31.5.2022 die Absatzzahl von 1 Mio. Tickets (inkl. 680.000 Abonnenten, die das Ticket automatisch erhalten haben).

„Alle Augen richten sich auf das 9-Euro-Ticket, bei dem der Verband Deutscher Verkehrsunternehmen (VDV) von insgesamt 30 Mio. Nutzerinnen und Nutzern pro Monat ausgeht. Auch hier gibt es erste Medienberichte und Kommentare, die sich vor allem auf volle Züge im Bahnregionalverkehr zum Pfingstwochenende fokussieren. Umso wichtiger ist es, möglichst schnell belastbare Zahlen zur Nutzung und den konkreten Erfahrungen bzw. möglichen Verkehrsmittelverlagerungen bereitzustellen“, betont Prof. Dr. Andreas Krämer, CEO der exeo Strategic Consulting AG und Co-Autor der Studie OpinionTRAIN.

Die Ergebnisse der Studie im Überblick:

29 % der Deutschen ab 18 Jahren besitzen das 9-Euro-Ticket

Die Studie OpinionTRAIN untersucht in einer Sonderwelle speziell die Nutzung des 9-Euro-Tickets zum Start der Gültigkeitsperiode im Juni. Befragt wurden am 7./8. Juni (eine Woche nach Start der Aktion) ca. 3.200 Verbraucherinnen und Verbraucher in Deutschland zur Kenntnis, Kaufabsicht und konkreten Nutzung der 9-Euro-Monatskarte. Neben dem hohen Bekanntheitsgrad des Angebotes von etwa 97 % berichten bereits 29 % der Befragten, dass sie ein 9-Euro-Ticket besitzen (n=886). Etwa 10 % haben schon Tickets für Juli und August gekauft. Ein erheblicher Anteil von 26 % hält den Ticketkauf in der nächsten Zeit für möglich, 38 % halten ihn für unwahrscheinlich. Die Besitzerinnen und Besitzer des 9-Euro-Tickets setzen sich erwartungsgemäß tendenziell aus ÖPNV-affinen Verbraucher/innen zusammen. Dies ist bereits dadurch bedingt, dass Personen, die bisher über ein ÖPNV-Abonnement verfügen, automatisch zu 9-Euro-Ticket-Kund/innen werden. Wie die Befragung belegt, handelt es sich bei etwa einem Viertel der Besitzer des 9-Euro-Tickets um Personen, die den ÖPNV vor Juni 2022 gar nicht oder nur sporadisch genutzt haben. Aber nicht nur in diesem Teilsegment ist eine verstärkte Nutzung des ÖPNV im Verbundgebiet bzw. der Bahn im überregionalen Nahverkehr möglich. So geben 66 % der Ticketbesitzer an, das 9 Euro-Ticket sei ein Grund, den ÖPNV häufiger als zuvor zu nutzen, 89 % halten das 9-Euro-Ticket für einfach und unkompliziert zu erwerben.

Nutzungs-Schwerpunkt sind Fahrten am Wohnort

Neun von zehn Besitzer/innen haben das Ticket während der ersten 7 Geltungstage bereits genutzt. Auch wenn medial die Erfahrungen von Kunden im Vordergrund stehen, die das 9-Euro-Ticket für längere Fahrten am Pfingstwochenende genutzt haben, ist ein eindeutiger Schwerpunkt erkennbar, wenn die Befragten über ihre letzte Nutzung berichten: Etwa zwei Drittel der Fälle betreffen dabei Fahrten am Wohnort, 30 % gehen über die Grenzen des Wohnorts hinaus, bleiben aber unter 100 km Reisedistanz. Weniger als 10 % entfallen auf Reisen von mehr als 100 km Entfernung.

Erhebliche Fahrtenverlagerung vom Pkw zugunsten von Bussen und Bahnen

In Hinblick auf die berichtete Fahrt wurden die Nutzer danach gefragt, wie die Verkehrsmittelwahl ohne das 9-Euro-Ticket ausgesehen hätte. 47 % der Fahrten wären auch sonst mit Bussen und Bahnen unternommen worden (aber mit einem anderen Fahrschein), bei 44 % hat eine Verlagerung von anderen Verkehrsmitteln stattgefunden – wobei mehr als die Hälfte davon auf den Pkw entfällt. Weniger als 10 % der Fahrten sind induzierter Neuverkehr, d.h. die Fahrten wären ohne das 9-Euro-Ticket überhaupt nicht zustande gekommen. Effekte hinsichtlich einer Nachfrageverlagerung zugunsten von Bussen und Bahnen sind vergleichsweise geringer ausgeprägt bei den eher kürzeren Fahrten am Wohnort und stärker bei den längeren Strecken zu beobachten, die mehr als 100 km über den Wohnort hinausreichen.

Trotz punktueller Überlastung der Fahrzeuge hohes Zufriedenheitsniveau

Die Befragungsergebnisse unterstreichen, dass die Erfahrungen von Kundinnen und Kunden mit dem 9-Euro-Ticket, insbesondere beim Aspekt Verfügbarkeit von Sitzplätzen, vergleichsweise kritisch sind. Dies wird wiederum getrieben durch die Nutzung des Tickets auf längeren Strecken, auf die viele Medienberichte abgezielt haben. So zeigt sich jeder zweite Kunde auf Fahrten von mehr als 100 km Streckenlänge unzufrieden mit der verfügbaren Sitzplatzkapazität. Allerdings trifft dies nur ein Teilssegment der Nutzungen. Insgesamt sind rückblickend weniger als 10 % der Kund/innen weniger zufrieden oder unzufrieden mit der letzten Fahrt mit dem Ticket. Dem stehen mehr als 60 % der Nutzer/innen entgegen, die sich als vollkommen oder sehr zufrieden einordnen. Unter Einbeziehung des extrem niedrigen Preises von 0,3 EUR pro Tag geben 48 % der Ticketbesitzer an, bei Fahrten mit dem 9-Euro-Ticket auch volle Busse, Bahnen und Bahnhöfe gern in Kauf zu nehmen. Dies zeigt, dass zumindest ein Teil der Kundschaft Komfortverluste im Zusammenhang mit der Ticketnutzung in Kauf nimmt. 55 % der Ticketbesitzer/innen würden nach eigenem Bekunden das Ticket auch nutzen, wenn der Preis höher als 9 EUR wäre (Ablehnung 17 %). Dies zeigt, dass die von der Politik bezweckte Entlastung der Verbraucher/innen zumindest in der Wahrnehmung vieler Nutzer/innen angekommen ist. Auch nachhaltig positive Imageeffekte für den Nahverkehr zeichnen sich ab.

„Die Studienergebnisse geben ein erstes – sicher kein abschließendes – Bild zur Wirkungsweise des 9-Euro-Tickets. Bezüglich der vielfach diskutierten Verkehrswende deutet die Erhebung auf vielversprechende Veränderungen in der Verkehrsmittelwahl durch das Angebot einer niedrigpreisigen Monatskarte. Gleichzeitig unterstreicht der Erhebungsansatz wie schnell sich belastbare Daten durch Onlineerhebungen bereitstellen lassen“, resümiert Johannes Hercher, Vorstand der Rogator AG und Co-Autor der Studie OpinionTRAIN. Ob das 9-Euro-Ticket aus Sicht der Politik und Wirtschaft die hochgesteckten Anforderungen und Ziele erfüllt, werden die nächsten drei Monate zeigen.

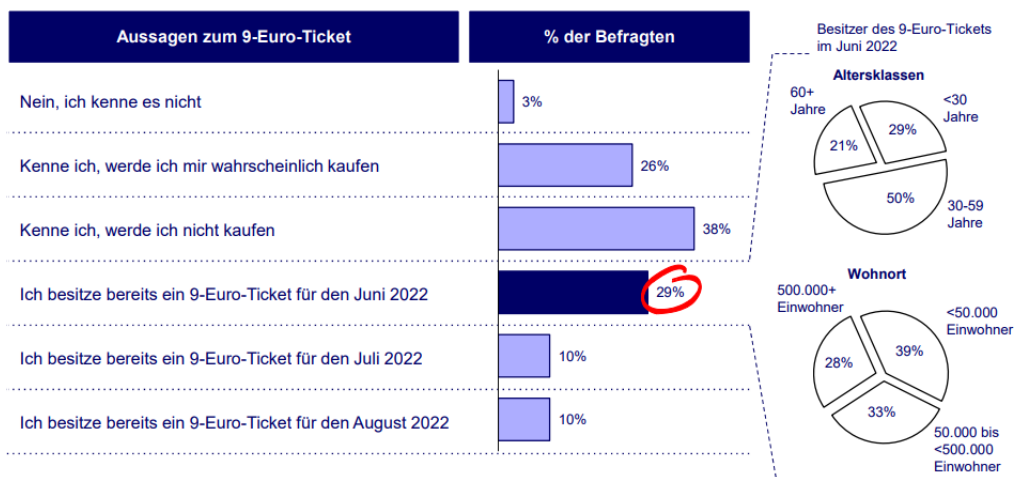
Kostenfreier Studienbericht: <https://www.rogator.de/studienberichte-opiniontrain/>

Pressemeldung online: <https://www.rogator.de/wie-wirkt-9-euro-ticket>

29 % der Befragten sind im Besitz eines 9-Euro-Tickets – der Bekanntheitsgrad liegt bei 97 %

Opinion
TRAIN

Kenntnis und Besitz des 9-Euro-Tickets (% der Befragten)¹⁾



1) Kennen Sie das 9-Euro-Ticket? Dieses Ticket wird im Rahmen des Entlastungspakets für bundesweite Fahrten im Nahverkehr im Juni bis August 2022 angeboten. Und: Wie viele Einwohner hat der Ort, in dem Sie wohnen? Und: Wie alt sind Sie?

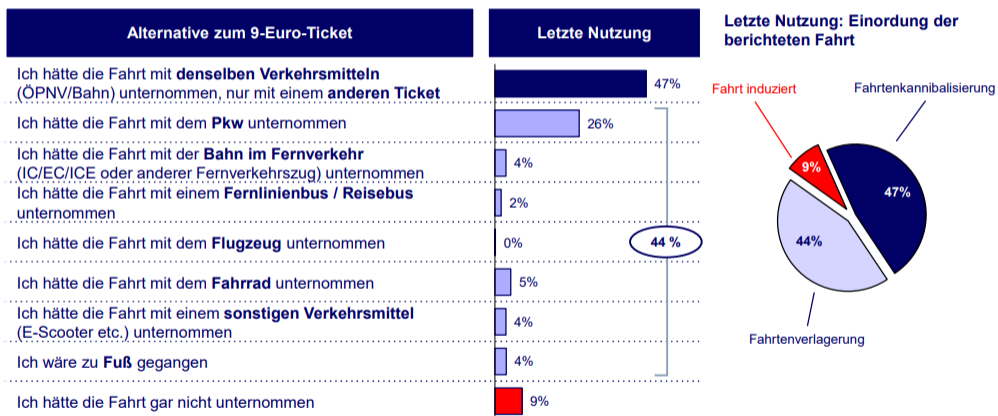
Quelle: exeo Strategic Consulting AG / Rogator AG



Bei 26 % der berichteten Nutzungen des 9-Euro-Tickets findet eine Verkehrsmittelverlagerung vom Pkw hin zu Bussen und Bahnen statt

Opinion
TRAIN

Nutzung des 9-Euro-Tickets: Letzte Nutzung im Juni 2022 (% der Befragten)¹⁾



1) Bezogen auf Ihre letzte Nutzung des 9-Euro-Tickets: Was hätten Sie gemacht, wenn Sie das 9-Euro-Ticket nicht besessen hätten?

Quelle: exeo Strategic Consulting AG / Rogator AG



Hintergrund der Studie: „OpinionTRAIN“ ist eine repräsentativ angelegte Studie zur Bewertung von Trends und des Wertewandels in der Bevölkerung. Grundlage der Untersuchung ist eine Online-Befragung von Personen (18-80 Jahre) in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Schweden. Im Aug./Sep. 2021 wurde die dritte Erhebung durchgeführt, nachdem die erste Erhebung (Apr./Mai 2020) die Situation der Menschen zur Zeit des ersten Lockdowns beleuchtete und die zweite Erhebung (Nov./Dez. 2020) den Fokus auf den 2. Lockdown legte. Die vierte Erhebung im Mrz./Apr. 2022 umfasst eine Befragung von n=1.357 Personen, die zu unterschiedlichen Lebensbereichen befragt werden (n=975 Verbraucher, n=382 Entscheider im Unternehmen). Im Rahmen einer aktuellen Sondererhebung untersucht die aktuelle Erhebung im Juni 2022 die Wirkungen des 9-Euro-Tickets. Befragt wurden ca. 3.200 Personen ab 18 Jahren in Deutschland, Kernzielgruppe sind n=886 Studienteilnehmende, die das 9-Euro-Ticket besitzen.

Über die Herausgeber der Studienreihe „OpinionTRAIN“

Rogator AG

Die Rogator AG steht seit 20 Jahren für leistungsstarke Software und erfolgreiche Online-Forschung. Erfolgsgarant des Unternehmens ist dabei die Kombination aus zuverlässigen Softwareprodukten, fundierten methodischen Kenntnissen im Online-Kunden- und Mitarbeiterfeedback sowie einem umfassenden Full-Service-Angebot: „Combined Competence“ für jedes Befragungsprojekt. Johannes Hercher ist Vorstand der Rogator AG.

exeo Strategic Consulting AG

Die **exeo** Strategic Consulting AG mit Sitz in Bonn wurde im Jahr 2000 gegründet und ist auf die datenbasierte Entscheidungsunterstützung im Marketing ausgerichtet. Schwerpunkte der Beratungsgesellschaft liegen im Bereich Mobilitäts-, Kundenwert- und Preismanagement. Zur Erarbeitung konkreter Empfehlungen setzt exeo auf die Verknüpfung unterschiedlicher Datenquellen, zu denen auch innovative Befragungen zählen. Prof. Dr. Andreas Krämer ist Vorstandsvorsitzender der exeo Strategic Consulting AG in Bonn und unterrichtet u.a. Preismanagement, CRM, Marktforschung und Statistik u.a. an der University of Applied Sciences Europe, Fachbereich Wirtschaft in Iserlohn. Seit 2014 hat er eine Professur für Pricing und Customer Value Management. Er ist zudem Vorstand von VARI (Value Research Institute) in Iserlohn.

Die Studienreihen „OpinionTRAIN“, „Pricing Lab“ und „MobilitätsTRENDS“ sind Kooperationsprojekte der Rogator AG und der exeo Strategic Consulting AG.