

Combined Competence

Software | Customer Feedback | Employee Feedback

ROGator

EXPERTS IN FEEDBACK & SOFTWARE

Presseinformation

Die Studie „OpinionTRAIN 2022“ untersucht das 9-Euro-Ticket nach Abschluss der Gültigkeitsperiode (Teil 1):



„9-Euro-Ticket: Blick zurück und nach vorne – Nutzerprofil, Nutzung und Bewertungen“

Datum: Nürnberg und Bonn, 8. September 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

„9-Euro-Ticket: Blick zurück und nach vorne – Nutzerprofil, Nutzung und Bewertungen“

38 Mio. Menschen haben das 9-Euro-Ticket besessen / 8 Mio. bisherige Nicht-Nutzer/ Nicht-Nutzerinnen testen den ÖPNV / Nutzungsschwerpunkt: Fahrten am Wohnort (bzw. Zielort) / Trotz punktueller Überlastung der Fahrzeuge hohes Zufriedenheitsniveau / Fast drei Viertel der Bevölkerung bewerten das 9-Euro-Ticket als Teil des Entlastungspakets positiv

Zunächst als politischer Schnellschuss eher spöttisch betrachtet, dann als Treiber für Überfüllungen im Bahnsystem identifiziert, zuletzt als Hebel zum Erreichen der Klimaziele gesehen und von Bundeskanzler Scholz als „beste Idee, die wir hatten“ beschrieben: Das 9-Euro-Ticket hat einige mediale Höhen erfahren bzw. Tiefen durchlitten. Umso mehr stellt sich die Frage, wie das befristete Angebot gewirkt hat und welche nachhaltigen Konsequenzen sich daraus für die Branche ergeben.

„Die Absatzzahlen des 9-Euro-Tickets haben viele überrascht. Ende August wird von einem Ticketverkauf in Höhe von 52 Mio. Stück berichtet. Übersetzt bedeutet dies, dass fast jeder zweite Deutsche das Angebot genutzt hat und dieses zum bekanntesten ÖPNV-Ticket wird. Wir haben das 9-Euro-Ticket nicht nur zu Beginn der Gültigkeit untersucht, sondern aktuell auch zum Ende und leiten daraus Ergebnisse im Rückblick, aber auch perspektivisch ab“, betont Johannes Hercher, Vorstand der Rogator AG und Co-Autor der Studie OpinionTRAIN.

Die Ergebnisse der Studie im Überblick:

38 Mio. Menschen haben das 9-Euro-Ticket besessen

Die Studie OpinionTRAIN untersuchte in einer Sonderwelle speziell die Nutzung des 9-Euro-Tickets zum Start der Gültigkeitsperiode im Juni 2022. Diese Untersuchung wurde Ende August wiederholt, um unter anderem einen Rückblick auf den dreimonatigen Angebotszeitraum zu ermöglichen und gleichzeitig Ergebnisse aus beiden Messpunkten zu vergleichen. Befragt wurden aktuell 2.500 Personen ab 18 Jahren in Deutschland. Dabei sind Kernzielgruppe n=1.041 Studienteilnehmende, die das 9-Euro-Ticket im Besitz hatten. Nach eigenen Abschätzungen haben etwa 38 Mio. Menschen über das 9-Euro-Ticket verfügt – dabei handelt es sich um 28 Mio. Ticket-Käufer und 10 Mio. Kunden mit ÖPNV-Abo. Während die Abo-Kundschaft automatisch nutzungsberechtigt war, wurden darüberhinausgehend insgesamt ca. 52 Mio. Tickets verkauft. Wie die Studienergebnisse zeigen, haben mehr als die Hälfte der Ticket-Nutzerinnen und -nutzer das Angebot in jedem der drei Monate besessen (im Mittel 1,9 Tickets bei den Ticket-Käufern).

8 Mio. bisherige Nicht-Nutzer/ Nicht-Nutzerinnen testen den ÖPNV

Vor Marktstart gingen viele Fachleute davon aus, dass sich durch das Ticket kaum Menschen aktivieren lassen, die bisher nicht in Bussen und Bahnen unterwegs waren. Allerdings geben ca. 20 % der Ticket-Nutzer und Ticket-Nutzerinnen an, bisher den ÖPNV nicht genutzt zu haben (26 % in der Gruppe der Ticket-Käufer). Hochgerechnet betrifft dies etwa 8 Mio. Menschen, die für den ÖPNV als Kunde erreichbar wurden. Angesichts der teilweise erheblichen Fahrten-

und Kundenverluste, die die Branche während der Corona-Pandemie verzeichnete, verdeutlicht dies: (1) Es lässt sich in der aktuellen Marktlage wieder verstärkt Kundenschaft für den ÖPNV gewinnen. (2) Der Hebel Preis wirkt. (3) Nicht nur Personen in Orten mit gutem ÖPNV-Angebot können angesprochen werden: Wie die Analysen der Nutzerprofile unterstreichen, hat das Ticket nicht nur Menschen erreicht, die in Großstädten ohnehin über eine gute ÖPNV-Verbindung verfügen. Die Ticketbesitzer sind insgesamt eher jünger, mit hoher ÖPNV-Affinität und stärker aus Großstädten stammend. Aber jeder fünfte Nutzer bzw. Nutzerin stammt aus kleineren Wohnorten (<10.000 Einwohner). Der Kaufgrund „Verzicht auf Autofahrten“ ist in dieser Gruppe besonders ausgeprägt.

Nutzungsschwerpunkt: Fahrten am Wohnort (bzw. Zielort)

Bereits Anfang Juni standen medial die Erfahrungen der Kundenschaft im Vordergrund, die das 9-Euro-Ticket für längere Fahrten am Pfingstwochenende genutzt haben. Die Befragungsergebnisse zeigten allerdings einen eindeutigen Schwerpunkt der Fahrten am Wohnort (bzw. Zielort der Fahrten). Daran hat sich grundsätzlich auch in der rückwirkenden Betrachtung auf den gesamten Angebotszeitraum nichts geändert. Im Mittel wird das Ticket an 11,2 Tagen pro Monat genutzt (Ø 9,7 Tage bei Ticket-Käufern, Ø 15,3 Tage bei Nutzung im Abo). Die Reisezwecke „Alltägliche Fahrten“ (42 %) und „Besuchsfahrten“ sind die am häufigsten genannten Fahrtzwecke (35 %), gefolgt von „Wegen zur Arbeit/Ausbildungsstätte oder Schule“ (25 %) oder „Städtereisen“ (25 %).

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. Das hat sich bereits Anfang Juni gezeigt und dies bestätigt sich aktuell in der Gesamtsicht. Nichtsdestotrotz bewertet die Kundenschaft die Fahrten mit dem Ticket insgesamt positiv (28 % sind vollkommen zufrieden, 31 % sehr zufrieden, 29 % zufrieden, 9 % weniger zufrieden und 3 % unzufrieden). Auch die zum Angebotsstart gemessenen positiven Einstellungen haben sich somit als sehr robust erwiesen.

Fast drei Viertel der Bevölkerung bewerten das 9-Euro-Ticket als Teil des Entlastungspakets positiv

Neben den unterschiedlichen Wirkungsmechanismen steht politisch die Zielsetzung im Raum, die Verbraucherinnen und Verbraucher durch das Entlastungspaket der Bundesregierung in schwierigen Zeiten besserzustellen. 72 % der Deutschen bewerten das 9-Euro-Tickets als Teil des Entlastungspakets positiv (top-2), nur 10 % eher negativ (low-2). Diese positive Bewertung zieht sich durch unterschiedliche Schichten der Bevölkerung, ist relativ unabhängig von der Parteien-Präferenz und selbst in der Gruppe der Menschen messbar, die das 9-Euro-Ticket nicht genutzt haben.

„Wie die Studienergebnisse unterstreichen, besteht in der Bevölkerung der Wunsch nach einem Nachfolgeprodukt zum 9-Euro-Ticket. Kurzfristig steht dabei sicherlich der Aspekt der Entlastung im Vordergrund, mittelfristig wird es aber darauf ankommen, mit einem neuen Ticket die richtigen Impulse für eine nachhaltige Unterstützung des ÖPNV zu setzen. Hierzu ist ein Verständnis der Wirkungsmechanismen des 9-Euro-Tickets erforderlich“, resümiert Prof. Dr. Andreas Krämer, CEO der exeo Strategic Consulting AG und Co-Autor der Studie

OpinionTRAIN. Die folgenden Veröffentlichungen der Studie werden die Verlagerungswirkungen / Klimawirkungen (Teil 2) sowie unterschiedliche Nachfolgemodelle bzw. mittelfristigen Effekte des 9-Euro-Tickets beleuchten (Teil 3).

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

Pressemeldung online: <https://www.rogator.de/9-euro-ticket-blick-zurueck/>

Nutzer des 9-Euro-Tickets: Eher jünger, mit hoher ÖPNV-Affinität und stärker aus Großstädten stammend

Opinion
TRAIN

9-Euro-Ticket: Beschreibung der Nutzer

Kennziffer	Ausprägung	Kein Besitz 9-Euro-Ticket	Besitzer 9-Euro-Ticket	Bevölkerung Gesamt
Geschlecht	weiblich	49%	51%	50%
	männlich	51%	49%	50%
	divers	0%	0%	0%
Altersklassen	Bis 29 Jahre	9%	25%	17%
	30 bis 59 Jahre	47%	50%	49%
	60+ Jahre	44%	25%	34%
ÖPNV-Nutzung	Stammkunde 3+ Tage/Wo.	8%	25%	17%
	Medium-Nutzer	12%	37%	25%
	Nicht- oder Selten-Nutzer	80%	38%	58%
Haushaltsnettoeinkommen	< 2.000 EUR	38%	34%	36%
	2.000 - < 3.000 EUR	28%	24%	26%
	3.000+ EUR	35%	42%	38%
Wohnort	< 10.000 Einw.	38%	21%	29%
	10.000 - < 500.000 Einw.	51%	55%	53%
	500.000+ Einw.	11%	24%	18%



Quelle: exeo Strategic Consulting AG

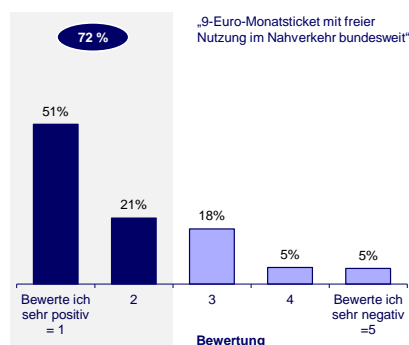


72 % der Deutschen bewerten das 9-Euro-Tickets als Teil des Entlastungspakets positiv (top-2), nur 10 % eher negativ (low-2)

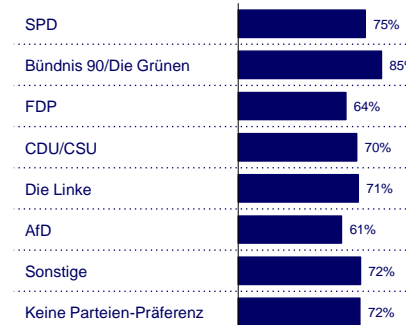
Opinion
TRAIN

Bewertung des 9-Euro-Tickets als Teil des Entlastungspakets der Bundesregierung [% der Befragten]¹⁾

Alle Befragten (Ticket-Nutzer und Ticket-Nicht-Nutzer)



Top-2-Bewertung nach Parteien-Präferenz



1) Im Rahmen des Entlastungspakets hat die Bundesregierung unterschiedliche Maßnahmen umgesetzt. Zusätzlich werden weitere diskutiert. Bitte bewerten Sie diese mit einer Skala von 1 = „bewerte ich sehr positiv“ bis 5 = „bewerte ich sehr negativ“. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Bewertung abstufen. Und: Welcher der folgenden Parteien stehen Sie aktuell am nächsten?



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. Diese Erhebung wurde zum Abschluss der Nutzungsperiode wiederholt (26.8.-1.9.2022). Hierbei wurden neben Ticket-Nutzern (n=1.041) auch Personen befragt, die das 9-Euro-Ticket nicht besessen haben (n=1.443).

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.