

# Combined Competence

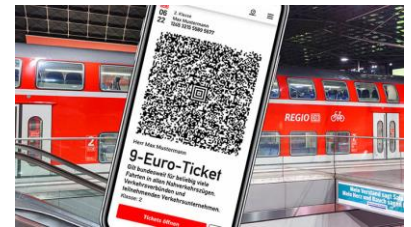
Software | Customer Feedback | Employee Feedback

**ROGator**

EXPERTS IN FEEDBACK & SOFTWARE

## Presseinformation

Die Studie „OpinionTRAIN 2022“ untersucht das 9-Euro-Ticket nach Abschluss der Gültigkeitsperiode (Teil 2):



**„9-Euro-Ticket: Blick zurück und nach vorne – Aktivierung von bisher wenig ÖPNV-affinen Menschen und signifikante Fahrtenverlagerung vom Pkw“**

Datum: Nürnberg und Bonn, 15. 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 – Aktivierung von bisher wenig ÖPNV-affinen Menschen und signifikante Fahrtenverlagerung vom Pkw“**

**Deutliche Unterschiede zwischen 9-Euro-Ticket-Käuferinnen und Käufern und ÖPNV-Abo-Nutzerinnen und Nutzern / Fahrtenplus im Nah- und Regionalverkehr: Effekt der Fahrtenverlagerung stärker als der induzierte Verkehr / Die stärksten Klimaeffekte zeigen sich erst bei einem dauerhaften Angebot / Der Preispunkt des Nachfolgeangebotes entscheidet über dessen Wirksamkeit**

Das zunächst kritisch betrachtete 9-Euro-Ticket erweist sich möglicherweise nach Ablauf des dreimonatigen Gültigkeitszeitraums als wertvolles Großexperiment, das den Fokus der Bevölkerung im Sommer 2022 in einer bisher nie dagewesenen Weise auf den ÖPNV gerichtet und dabei Kritik, aber auch große Sympathie mit sich gebracht hat.

„Die Frage ist nicht, ob es ein Nachfolgeprodukt gibt, sondern wie dieses sinnvollerweise zu gestalten ist, um die angestrebten Ziele zu erreichen. Offen ist zum einen, wie stark das Angebot durch öffentliche Mittel finanziert werden soll, aber zum anderen auch, welche Wirkungen damit erwartet werden; beide Aspekte sind interdependent und erfordern eine ausreichende und zügig bereitgestellte Datenbasis als Entscheidungsgrundlage“, betont Johannes Hercher, Vorstand der Rogator AG und Co-Autor der Studie OpinionTRAIN.

### **Die Ergebnisse der Studie im Überblick:**

#### **Deutliche Unterschiede zwischen 9-Euro-Ticket-Käuferinnen und Käufern und ÖPNV-Abo-Nutzerinnen und Nutzern**

Die Studienergebnisse von OpinionTRAIN (Wiederholungsmessung Aug./Sep. 2022 zum Ende der Gültigkeitsdauer des 9-Euro-Tickets) ermöglichen einen genaueren Blick auf Personen, die das 9-Euro-Ticket genutzt haben, aber vor allem auf diejenigen, die nicht Stammkunden des ÖPNV sind – also bisher kein festes Monats- oder Jahres-Abo besitzen - und das Ticket gekauft haben. Kernzielgruppe der Untersuchung sind n=1.041 Studienteilnehmende, die das 9-Euro-Ticket im Besitz hatten. Von den etwa 38 Mio. Menschen, die über das 9-Euro-Ticket verfügt haben, sind 28 Mio. Menschen, also etwa 75 % der Ticket-Besitzerinnen und -Besitzer Personen, die das Ticket „neu“ gekauft haben.

Gegenüber den Abo-Kunden (ca. 10 Mio. Menschen, 27 % der Ticket-Besitzer/innen) weisen diese einige Besonderheiten auf. Die Ticket-Käuferschaft ist vergleichsweise älter (28 % sind 60 Jahre und älter vs. 18 % im Abo-Segment), zeigt eine geringere ÖPNV-Affinität (fast jeder zweite hat den ÖPNV bisher selten oder gar nicht genutzt) und stammt stärker aus kleineren Wohnorten (23 % Anteil unter 10.000 Einwohner vs. 15 % im Abo-Segment). Zusätzlich geben die Studienergebnisse Anhaltspunkte dafür, inwieweit eine Aktivierung von Menschen gelungen ist, die bisher wenig Affinität zu Bussen und Bahnen hatten. Die Mobilisierung von ÖPNV-Selten- bzw. -Nicht-Nutzern durch das 9-EuroTicket ist bei Ticket-Nutzerinnen und -Nutzern aus kleineren Wohnorten am stärksten.

#### **Fahrtenplus im Nah- und Regionalverkehr: Effekt der Fahrtenverlagerung stärker als der induzierte Verkehr**

Um die Verlagerungseffekte bei Fahrten mit dem 9-Euro-Ticket zu erfassen, ist die Verknüpfung verschiedener Fragen und Datenquellen erforderlich. Dazu zählt neben einer Beschreibung der letzten Nutzung des Tickets auch eine übergreifende Betrachtung aller Nutzungen, wobei auch Statements der Betroffenen und Angaben zur veränderten Verkehrsmittelwahl während des Besitzes des 9-Euro-Tickets einbezogen wurden. Zusätzlich zu dieser „internen Sicht“ (Erhebung und Datensatz) wurde eine „externe Sicht“ einbezogen: Es erfolgte eine Verzahnung mit Sekundärquellen (z.B. Destatis, Stau-Statistik etc.).

Das 9-Euro-Ticket hat zu einem Nachfragezuwachs bei Bussen und Bahnen in Höhe von etwa 20 % beigetragen. 7 % der Fahrten wurden durch das Ticket induziert (eher auf längeren Strecken), 11 % wurden von anderen Verkehrsmitteln verlagert. Auf längeren Strecken (100+ km) ist die zusätzlich gewonnene Nachfrage relativ am stärksten. Am stärksten erfolgte die Verkehrsmittel-Verlagerung vom Pkw, ein Effekt, der in allen Entfernungsbereichen zu beobachten war. Diese Wirkungen fanden in den letzten Wochen eine verstärkte mediale Beachtung, auch weil sich hieraus positive Klimawirkungen ableiten lassen: Pro Monat lässt sich eine CO<sub>2</sub>-Reduzierung von ca. 0,3-0,5 Mio. t errechnen. Neben der Fahrtenverlagerung vom Auto sind aber auf längeren Strecken auch Nachfrageverlagerungen vom Bahnfernverkehr und von Fernbussen eingetreten. Auf kürzeren Strecken hat das 9-Euro-Ticket teilweise Fußwege und Fahrten mit dem Fahrrad substituiert.

### **Die stärksten Klimaeffekte zeigen sich erst bei einem dauerhaften Angebot**

Die Studienergebnisse lassen den Schluss zu, dass bei einem dauerhaften Angebot des 9-Euro-Tickets oder eines ähnlichen Angebotes deutlich stärkere Fahrtenverlagerungen vom Pkw zu Bussen und Bahnen zu erwarten wären. Schließlich ist die dreimonatige Testperiode zu kurz, um beispielsweise grundlegende Verkehrsmittelentscheidungen wie den Auto-Besitz zu beeinflussen. Steht den Verbraucher/innen jedoch ein planbar günstiger ÖPNV permanent zur Verfügung, könnte sich das ändern. Fast jeder fünfte Ticket-Käufer gibt an, auf den Pkw-Besitz zu verzichten, wenn es das 9-Euro-Ticket dauerhaft geben würde. Umgerechnet entspräche dies einer Pkw-Bestandsreduktion von etwa 5,3 Mio. Stück. Nach Ende der Nutzungsperiode zeigen sich positive Abstrahleffekte: Jede vierte Ticket-Nutzerin, der oder die das 9-Euro-Ticket gekauft hat, erwartet nach Aug. 2022 eine stärkere ÖPNV-Nutzung. In geringerem Maße wird in diesem Segment auch die ÖPNV-Abo-Nutzung erwogen.

### **Der Preispunkt des Nachfolgeangebotes entscheidet über dessen Wirksamkeit**

Die Messung der Zahlungsbereitschaft für das 9-Euro-Ticket ist im Vergleich zur Vormessung sehr robust und weist eine große Streuung auf. Deswegen macht es keinen Sinn, mittlere Zahlungsbereitschaften heranzuziehen, um Absatzpotenziale für ein Nachfolgeangebot zu beziffern. Relativ eindeutig sind die Ergebnisse für ein 69-Euro-Ticket: Dieses trifft nur noch gut ein Zehntel der bisherigen Nutzerinnen und Nutzer des 9-Euro-Tickets. Je niedriger der Preispunkt liegt, desto eher werden Selten- oder Nicht-Nutzer/innen von Bussen und Bahn getroffen und desto stärker sind die Verlagerungs- und Mehrverkehrseffekte, die durch das Ticket gewünscht werden.

„Nachdem im August bereits Mobilitätsexperten behauptet hatten, das 9-Euro-Ticket hätte keine oder sogar negative Klimawirkungen, zeichnen unsere Studienergebnisse ein anderes Bild – das Ticket wurde nicht nur von der klassischen ÖPNV-Klientel genutzt, sondern auch von Personen mit bisher geringer ÖPNV-Affinität und hat die Nutzer bewogen, teilweise auf

das Auto zu verzichten“, resümiert Prof. Dr. Andreas Krämer, CEO der exeo Strategic Consulting AG und Co-Autor der Studie OpinionTRAIN. Die abschließende Veröffentlichung zur Studie wird unterschiedliche Nachfolgemodelle des 9-Euro-Tickets beleuchten (Teil 3).

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

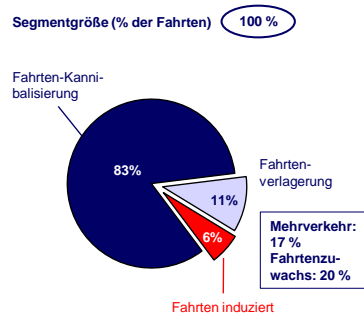
**Pressemeldung online:** <https://www.rogator.de/9-euro-ticket-aktivierung-menschen-fahrten-verlagerung-pkw>

**Das 9-Euro-Ticket hat zu einem Nachfragezuwachs bei Bussen und Bahnen in Höhe von 20 % beigetragen – ca. 0,3 bis 0,5 Mio. t CO2-Reduktion / Monat**

Opinion  
TRAIN  
Sep. 22

**Gesamtsicht auf die Nutzung des 9-Euro-Tickets: Alternatives Verkehrsmittel und CO2-Einsparung<sup>1)</sup>**

**Alternatives Verkehrsmittel: Jun.-Aug. 2022**



**Umweltwirkung pro Monat**

- Ticketbesitzer: ø 27 Mio.
- Fahrten/Ticket: ø 24
- Fahrten gesamt: 656 Mio. Fahrten
- ... kannibalisiert: 544 Mio. Fahrten
- ... verlagert: 69 Mio. Fahrten
- ... induziert: 43 Mio. Fahrten
- CO2-Einsparung: 0,3-0,5 Mio. t CO2\*

\* 1,2-2,0 Mrd. Pkw Pkm verlagert; Einsparung 228 g CO2 pro Pkm (Strecke 35 und 50 km, 1,5 bzw. 1,3 Personen je Pkw-Fahrt).

1) Sie hatten angegeben, dass Sie das 9-Euro-Ticket für \_\_\_ (einblendende Summe Fahrten) Fahrten ab 100 km / bis 100 km Entfernung genutzt haben. Wie wären Sie ohne das 9-Euro-Ticket unterwegs gewesen? Und Sie haben angegeben, dass Sie ... Fahrten mit anderen Verkehrsmitteln unternommen hätten. Bitte geben Sie die Verkehrsmittel an, die Sie genutzt hätten.

Quelle: exeo Strategic Consulting AG / Rogator AG



**Selbst nahe zusammenliegende Preispunkte adressieren unterschiedlich große Nutzerpotenziale mit jeweils strukturellen Besonderheiten**

Opinion  
TRAIN  
Sep. 22

**Potenzialgruppen für ein Nachfolgeprodukt zum 9-Euro-Ticket (% der Ticket-Besitzer)**

Preispunkte 9-Euro-Ticket	Zahlungsbereitschaft > Preispunkt [% an allen Befragten]	Ticket-Segmente		Nutzung Bahn (>50 km)*			Verkehrsmittelwahl letzte Nutzung 9-Euro-Ticket		
		Ticket-Käufer	Abo-Kunden	1 Tag/ Woche+	Max. 3 Tage/ Monat	Keine Nutzung	Fahrten-kannibalisierung	Fahrten-verlagerung	Fahrten-induziert
29 EUR / Monat	67%	66%	34%	24%	50%	27%	81%	16%	3%
39 EUR / Monat	51%	59%	41%	25%	48%	27%	84%	14%	3%
49 EUR / Monat	38%	47%	53%	28%	48%	24%	88%	10%	1%
59 EUR / Monat	27%	42%	58%	31%	48%	21%	90%	8%	2%
69 EUR / Monat	12%	53%	47%	36%	47%	17%	91%	6%	3%

9-Euro-Ticket  
27 % Abo-Kunden

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 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 Gültigkeitsperiode 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.